

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. (Sugiyono, 2013) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang dilandaskan pada *filsafat positivism* yaitu untuk melakukan penelitian pada populasi dan sampel tertentu. Metode pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat statistic dan digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *explanatory research* yaitu penelitian dengan pengujian hipotesis dengan tujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel.

Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dengan menggunakan skala *Bipolar Adjective*. Metode pengumpulan data dengan menggunakan Angket. Metode analisis yang digunakan yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM). Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Mie pedas dengan sasaran populasi pelanggan mie gacoan dan mie kober yang jumlahnya masih belum diketahui.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

3.2.1 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan mie pedas yang ada di Jawa Timur.

3.2.2 Obyek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *Customer Perceived Value* terhadap *Revisit Intention* dimediasi *Memorable Food Experiences* pada pelanggan mie pedas.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.3.1 Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari variabel independen (X) yaitu *Customer Perceived Value*, variabel mediasi (M) yaitu *Memorable Food Experiences* dan variabel dependen (Y) yaitu *Revisit Intention*. Definisi operasional dari ketiga variabel tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. *Customer Perceived Value*

Mengacu pada konsep (Parasuraman, 1997) *Customer Perceived Value* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai preferensi dan evaluasi yang dilakukan pelanggan mie pedas terhadap atribut produk, atribut kinerja dan fasilitas yang dapat digunakan konsumen untuk mencapai tujuan atau manfaat. Mengacu pada (Sweeney & Soutar, 2001), bahwa *Customer Perceived Value* dapat diukur melalui 2 dimensi yang cocok dalam penelitian sebagai berikut yaitu :

a. *Performanc /Quality Value*

- 1) Cara penyajian mie gacoan / miekober sangat menggugah selera
- 2) Mie gacoan/mie kober memiliki cita rasa khas yang lezat.

3) Kualitas Mie Gacoan / Mie Kober terjamin

b. Emotional Value

- 1) Mie gacoan / mie kober ini memberikan perasaan senang saat konsumsi.
- 2) Saya selalu ada perasaan ingin menikmati kembali Mie Gacoan / Mie Kober
- 3) Menikmati Mie Gacoan/Mie Kober ini pedasnya memberikan sensasi tertentu.

2. Memorable Food Experiences

Mengacu pada konsep (Cao et al., 2019) *Memorable* pada penelitian ini didefinisikan sebagai evaluasi subjektif oleh pelanggan mie pedas tentang pengalaman bersantap yang berkesan dan diingat secara positif yang dapat diingat kembali setelah pengalaman bersantap itu terjadi. *Memorable* dapat diukur dengan 3 item yang diadopsi dan diadaptasi dari Di-Clemente et al., (2020) sebagai berikut:

- a. Makan mie gacoan / mie kober memberikan pengalaman yang menyenangkan
- b. Makan mie gacoan / mie kober menjadi pengalaman yang tidak cepat dilupakan
- c. Makan mie gacoan / mie kober mengingatkan pengalaman yang mengesankan

3. Revisit Intention

Mengacu pada konsep (Han et al., 2019) *Revisit Intention* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai keinginan pelanggan mie pedas untuk

melakukan kunjungan kembali. *Revisit Intention* dapat diukur dengan 2 item yang diadopsi dan didaptasi dari (M. Chang et al., 2018):

- a. Keinginan konsumen mie gacoan / mie kober untuk berkunjung kembali
- b. Kesiediaan mengajak teman/saudara untuk berkunjung ke mie gacoan / mie kober

Tabel 3. 1 Operational Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Item Pernyataan
<i>Customer Perceived Value</i> (Sweeney & Soutar, 2001)	<i>a. Functional value (Performance / quality)</i>	1. Cara penyajian Mie Gacoan/Mie Kober sangat menggugah selera
		2. Mie Gacoan /Mie Kober memiliki cita rasa khas yang lezat.
		3. Kualitas dari Mie Gacoan /Mie Kober terjamin
	<i>b. Emotional Value</i>	1. Makan Mie Gacoan / Mie Kober ini memberikan perasaan senang saat konsumsi
		2. Saya selalu ada perasaan ingin menikmati kembali Mie Gacoan/Mie Kober
		3. Makan Mie Gacoan / Mie Kober ini pedasnya memberikan sensasi tertentu saat dinikmati

Lanjutan Tabel 3.1		
<i>Memorable Food Experiences</i> (Di-Clemente et al., 2020)		1. Makan Mie Gacoan/Mie Kober memberikan pengalaman yang menyenangkan
		2. Makan Mie Gacoan / Mie Kober menjadikan pengalamannya yang tidak cepat dilupakan.
		3. Makan Mie Gacoan / Mie Kober mengingatkan saya tentang pengalaman yang mengesankan.
<i>Revisit Intention</i> (M.Chang et al., 2018)		1. Saya ingin berkunjung kembali ke Mie Gacoan /Mie Kober di lain waktu.
		2. Saya akan mengajak teman/saudara untuk berkunjung ke Mie Gacoan /Mie Kober.

Sumber : Jurnal yang sudah diolah peneliti

3.3.2 Pengukuran Variabel

Padapenelitianini,penelitiakanmemberikankuisisioner(Angket)kepada pelangganmiepedasdengantujuanuntukmendapatkandatayangakandianalisis. Pernyataandidalamangketakandiukurmenggunakanskala*Bipolar Adjective*.Menurut(Ferdinand, 2014)skala*Bipolar Adjective*merupakanpenyempurnaan dari *Sematic Scale* dengan tujuan untuk mendapatkan responberupa

Intervally Scaled Data. Skala yang digunakan rentang interval 1-10 dengan angka 1 menyatakan sangat tidak setuju sampai angka 10 menyatakan sangat setuju.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri obyek atau subyek yang mempunyai jumlah dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Mie pedas dengan sasaran populasi pelanggan mie gaco dan mie koberyang jumlahnya masih belum diketahui.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018). Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah pelanggan mie pedas yang diambil dengan ukuran besaran jumlahnya masih belum diketahui secara pasti. Mengacu pada Hair et al (2013) panduan ukuran minimum dalam analisis SEM-PLS yaitu sama atau lebih besar dari kondisi (1) sepuluh kali dari jumlah indikator formatif terbesar yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk atau (2) sepuluh kali dari jumlah jalur struktural terbesar yang mengarah pada suatu konstruk tertentu. Panduan tersebut kadang dibuat panduan 10 kali (*10 time rule of thumb*) yang secara praktis adalah 10 kali dari jalur maksimum anak panah

(jalur) yang mengenai sejumlah variabel laten dalam model SEM-PLS. Dengan demikian jumlah sampel minimum pada penelitian ini di dapat melalui rumus berikut :



Dengan demikian jumlah sampel minimum pada penelitian ini adalah 30 responden, namun untuk menyesuaikan dengan populasi objek maka peneliti menetapkan 100 sampel dalam penelitian ini.

3.5 Metode Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yang diartikan sebagai teknik yang tidak memberikan kesempatan sama terhadap populasi untuk dipilih dan dijadikan sampel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *snowball sampling*. Menurut Sugiyono, (2014) *snowball sampling* merupakan teknik penentu sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Peneliti memilih *snowball sampling* karena dalam penentu sampel, peneliti pertama-tama hanya menentukan satu atau dua orang saja, tetapi karena data yang didapat dirasa belum lengkap maka peneliti mencari orang lain untuk melengkapi data tersebut.

3.6 Jenis dan Sumber Data

3.6.1 Data Primer

Data primer merupakan data diperoleh langsung dari sumber objek penelitian (Sugiyono, 2018). Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dengan menyebarkan angket secara *online* kepada pelanggan mie pedas.

3.6.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung (Sugiyono, 2018). Penelitian merupakan data sekunder untuk penelitian ini melalui jurnal ilmiah, bahan bacaan baik berupa buku penunjang, hasil penelitian terdahulu dan dari internet.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan angket secara *online* yang disebarkan menggunakan bantuan *google form* sebagai teknik pengumpulan data. Angket yang disebarkan berisikan pernyataan yang sesuai dengan indikator variabel penelitian tentang data responden. Cara ini digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Revisit Intention* dimediasi *Memorable Food Experiences* yang dicari pada penelitian ini.

3.8 Pengujian Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2018) uji validitas merupakan pengukuran yang dilakukan untuk mengukur tingkat kevalidan instrumen penelitian. Apabila suatu instrumen valid maka akan memiliki tingkat validitas yang tinggi, begitupun dengan sebaliknya apabila instrumen kurang valid maka tingkat validitas juga rendah. Analisis validitas diukur menggunakan data instrumen apabila dikatakan valid dan memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $r \geq 0,30$, maka item-item pertanyaan pernyataan dari kuisioner adalah valid.
- b. Jika $r \leq 0,30$, maka item-item pertanyaan dari kuisioner adalah tidak valid.

Tabel 3. 2 Tabel Uji Validitas

No.	Variabel	Item	r Hitung	R Kritis	Sig	Keterangan
1.	<i>Customer Perceived Value</i>	<i>CPV1</i>	0,680	0,30	0,000	Valid
2.		<i>CPV2</i>	0,772	0,30	0,000	Valid
3.		<i>CPV3</i>	0,499	0,30	0,005	Valid
4.		<i>CPV4</i>	0,642	0,30	0,000	Valid
5.		<i>CPV5</i>	0,738	0,30	0,000	Valid
6.		<i>CPV6</i>	0,696	0,30	0,000	Valid
7.	<i>Memorable Food Experiences</i>	<i>MEF1</i>	0,814	0,30	0,000	Valid
8.		<i>MEF2</i>	0,735	0,30	0,000	Valid
9.		<i>MEF3</i>	0,774	0,30	0,000	Valid
10.	<i>Revisit Intention</i>	<i>R11</i>	0,802	0,30	0,000	Valid
11.		<i>R12</i>	0,601	0,30	0,000	Valid

Sumber : Data diolah, 2022.

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa terlihat korelasi antara masing-masing item-item pernyataan terhadap skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan dan menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari 0,3

sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dinyatakan valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawabanyang telah diberikan oleh responden sehingga jawaban lebih akurat. Pada penelitian ini reliabilitas menggunakan formulacornbachalpha. Variabel dapat dikatakan reliabel jika nilaiCronbachalpha>0,6.

Tabel 3. 3 Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
<i>Customer Perceived Value</i>	0,864	0,6	Reliabel
<i>Memorable Food Experiences</i>	0,861	0,6	Reliabel
<i>Revisit Intention</i>	0,751	0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2022.

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui deskripsi empiris atau gambaran atas yang digunakan dalam penelitian (Ferdinand, 2014). Data yang telah diperoleh dari jawaban responden kemudian diinterpretasikan menggunakan angka indeks dengan rumus sebagai berikut :

$$((\%F1x1)+(\%F2x2)+(\%F3x3)+(\%F4x4)+(\%F5x5)+(\%F6x6)+(\%F7x7)+(\%F8x8)+(\%F9x9) +(\%F10x10))/ 10.$$

Keterangan :

F1 : Frekuensi responden yang menilai angka 1

F2 : Frekuensi responden yang menilai angka 2

F3 : Frekuensi responden yang menilai angka 3

F4 : Frekuensi responden yang menilai angka 4

F5 : Frekuensi responden yang menilai angka 5

F6 : Frekuensi responden yang menilai angka 6

F7 : Frekuensi responden yang menilai angka 7

F8 : Frekuensi responden yang menilai angka 8

F9 : Frekuensi responden yang menilai angka 9

F10 : Frekuensi Responden yang menilai angka 10

Berdasarkan rumus diatas, jawaban responden berangkat dari angka 1 sampai 10, maka angka indeks akan dimulai dari angka 10 sampai dengan 100 rentang sebesar 90, dengan menggunakan kriteria *three-box method*, maka rentang 90 akan dibagi menjadi tiga, sehingga menghasilkan rentang sebesar 30. Perhitungan ini akan digunakan untuk dasar interpretasi nilai indeks sebagai berikut :

1.10.00 – 40 = rendah

2.40.01 – 70 = sedang

3.70.01 – 100 = tinggi

3.9.2 Analisis SEM(*Structural Equation Modelling*)-PLS

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis kuantitatif yang mengadopsi dari *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM).Keunggulan pada metode PLS-SEM data tidak harus berdistribusi normal multivariate, ukuran sampel tidak harus besar dan PLS-SEM tidak bisa digunakan untuk mengkonfirmasi teori tetapi dapat digunakan untuk

menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Menurut Hair et al (2013) PLS-SEM merupakan metode analisis yang powerful karena tidak didasarkan atas banyak asumsi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis dengan pendekatan *WarpPLS*

Analisis PLS-SEM terdapat dua model yang akan digunakan yaitu *Outer Model* (Model pengukuran) dan *Inner Model* (Model Struktural).

3.9.2.1 Outer Model

Outer Model merupakan bagaimana setiap blok indikator yang berhubungan dengan variabel latennya. Perancangan model pengukuran menentukan sifat indikator dari masing-masing variabel laten, apakah refleksi atau formatif, berdasarkan definisi operasional variabel.

1. Convergent Validity

Korelasi antar skor indikator refleksi dengan skor variabel latennya. Dalam hal ini, dengan ketentuan nilai P-value 0.05 atau nilai muatan factor > 0.07 .

2. Discriminant Validity

Pengukuran indikator refleksi berdasarkan *cross loading* dengan variabel latennya bila mana nilai *cross loading* setiap indikator pada variabel bersangkutan terbesar dibandingkan dengan *cross loading* pada variabel laten lainnya, maka dikatakan valid. Metode lain dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap variabel laten dengan korelasi antar variabel laten lainnya dalam model, jika *square root of average variance extracted* (AVE) variabel laten

lebih besar dari korelasi dengan seluruh variabel laten lainnya maka dikatakan memiliki discriminant validity yang baik. Direkomendasikan nilai pengukuran lebih besar dari 0,05 dan dipandang valid.

3. *Composite Reliability (pc)*

Kelompok indikator yang mengukur sebuah variabel memiliki reliabilitas komposit yang baik jika memiliki composite reliability ≥ 0.7 , walaupun bukan standar absolut.

$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum_i \text{var}(\varepsilon_i)}$$

4. *Alpha Cronbach*

Kelompok indikator yang mengukur sebuah variabel memiliki reliabilitas komposit yang baik jika memiliki koefisien alfa ≥ 0.6 .

3.9.2.2 *Inner Model*

Uji Goodness of Fit (Inner Model) atau uji kelayakan model digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya perhitungan statistik disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

Inner model menggunakan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Model structural dinilai dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q*

square untuk relevansiprediktif, dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh substantive variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen. *Q-square* digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0(nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai relevansi prediktif, sedangkan nilai *Q-square* kurang dari 0(nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki relevansi prediktif. Berikut kriteria dalam Model Fit:

Tabel 3. 4 Kriteria Model Fit

<i>Model Fit and QualityIndices</i>	Kriteria Fit
<i>AveragePathCoefficient(APC)</i>	P<0,001
<i>AverageR-Squared(ARS)</i>	P<0,001
<i>AverageAdjustedR-Squared(AARS)</i>	P<0,001
<i>AverageBlockVIF(AVIF)</i>	Acceptable if ≤ 5 ; Ideally $\leq 3,3$
<i>AverageFull Collinearity(AFVIF)</i>	Acceptable if ≤ 5 ; Ideally $\leq 3,3$
<i>TenenhouGoF(GoF)</i>	Small $\geq 0,1$; Medium $\geq 0,25$ Large $\geq 0,36$
<i>Sympson'sParadox Ratio (SPR)</i>	Acceptable if $\geq 0,7$; Ideally =1
<i>R-SquaredContributionRatio (RSCR)</i>	Acceptable if $\geq 0,9$; Ideally =1
<i>StatisticalSuppressionRatio (SSR)</i>	Acceptable if $\geq 0,7$
<i>NonlinearBivariateCausalityDirectionRatio (NLBCDR)</i>	Acceptable if $\geq 0,7$

3.9.3 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan untuk menguji variabel mediasi dalam memediasi variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam pengujian hipotesa dengan analisis regresi mediasi yaitu dengan menggunakan program *WarpPLS*. Hipotesa ini diuji pada tingkat signifikan 0,05 (tingkat keyakinan 95%). Untuk mengetahui pengambilan uji validitas, maka dilakukan dengan cara membandingkan tingkat signifikan dan α (0,05) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Apabila signifikan $< 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terkait.
- b. Apabila signifikan $> 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terkait.

3.9.4 Uji Mediasi

Menurut Baron & Kenny (1986) suatu variabel disebut variabel media jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Adanya *Partial Mediation* menunjukkan bahwa variabel mediasi (M) bukan satu satunya pemediasi hubungan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), namun terdapat factor pemediasi lain. Sedangkan *Full Mediation* menunjukkan bahwa variabel mediasi (M) sepenuhnya hubungan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)