

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada metode penelitian ini akan membahas tentang teknik dan pengukuran kuesioner. Pertanyaan seperti apa yang akan diajukan dan bagaimana hal itu akan terjadi pada orang-orang. Pengumpulan data dan teknik yang akan dibahas secara rinci untuk mempelajari lebih lanjut tentang pengukuran.

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan dalam periode tertentu dan di tempat yang relevan dengan konteks penelitian. Berikut adalah informasi mengenai waktu dan tempat penelitian

Waktu Penelitian ini direncanakan dilaksanakan mulai dari bulan Juni hingga Juli 2023. Waktu tersebut dipilih untuk memastikan pengumpulan data yang cukup representatif dan mencakup variasi musim dan situasi tertentu yang mungkin mempengaruhi pengalaman pengunjung resto-bar. Penelitian ini akan dilakukan di Hardrock Café Bali yang menyelenggarakan pertunjukan *live music* melalui kuesioner daring. Pemilihan resto-bar dilakukan dengan mempertimbangkan popularitas dan keberagaman pengunjungnya serta ketersediaan pertunjukan *live music* yang berkualitas.

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Metode kuantitatif digunakan untuk memperoleh data yang dapat diukur secara numerik, sehingga memungkinkan analisis statistik yang lebih mendalam dan obyektif terhadap hubungan antara variabel-variabel penelitian Ghozali, (2018).

Metode kuantitatif memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis secara langsung, mengidentifikasi pola atau tren yang signifikan, dan mengukur tingkat pengaruh variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian. Dalam penelitian ini, data akan dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang dengan menggunakan skala *Likert* untuk mengukur tingkat emosi, citra destinasi, kepuasan, dan niat perilaku pengunjung terkait *live music* di Hardrock Café Bali.

Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan teknik statistik, seperti analisis regresi dan analisis jalur, untuk menguji hubungan antara variabel-variabel penelitian. Analisis statistik akan membantu dalam mengidentifikasi pengaruh signifikan dari emosi, citra destinasi, dan kepuasan terhadap niat perilaku pengunjung terkait *live music* di Hardrock Café Bali.

Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini memberikan keunggulan dalam menghasilkan temuan yang dapat diukur secara objektif dan dapat digeneralisasi pada populasi yang lebih luas. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk menganalisis data secara sistematis dan menyediakan dasar yang kuat untuk membuat kesimpulan dan rekomendasi yang berdasarkan bukti empiris.

3.3 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sukardi, (2021) menyatakan populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Responden pengukuran ini adalah wisatawan domestik yang pernah mengunjungi Hardrock Café. Masyarakat berusia sekitar 18 hingga 54 tahun dan pernah berkunjung ke Hardrock Cafe, Baik pria maupun wanita akan diminta untuk mengisi kuesioner ini. Wisatawan domestik dari Indonesia semakin meningkat ke Hardrock cafe setiap tahun, dan merupakan salah satu tujuan wisata paling populer di dalam negeri.

3.3.2 Sampel

Sebagian anggota populasi dipilih dengan prosedur tertentu untuk mewakili populasi. teknik pengambilan sampel dengan teknik *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik penelitian sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur dari populasi dapat dipilih sebagai sampel, menurut Sukardi, (2021).

Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel berupa purposive sampling, Dalam penelitian ini, jenis sampel non-acak mengadopsi metode purposive sampling, dan peneliti memilih sampel sesuai dengan subjek dan kredibilitasnya. Karakteristik sampel yang peneliti anggap cocok dalam penelitian ini yaitu: sudah pernah mengunjungi dan membeli produk Hardrock Café Bali, Berusia 18-54 tahun.

Peneliti menggunakan analisis *structural equation model* (SEM), yang membutuhkan jumlah minimum sampel yang dibutuhkan. Untuk menentukan ukuran sampel yang dibutuhkan untuk analisis SEM, Ghozali, (2018) menyarankan bahwa ukuran sampel minimal yang harus digunakan adalah: a). Berikan setidaknya 100 sampel jika ada perbedaan kurang dari antara lima struktur, 150 sampel jika ada perbedaan kurang dari tujuh struktur, 300 sampel jika ada perbedaan lebih dari tujuh struktur, dan 500 sampel jika ada banyak struktur. Penelitian ini memiliki lima konstruk, jadi jumlah sampel minimal 200 calon responden diperlukan. Untuk mengurangi jumlah data yang tidak valid dan tidak reliabel.

3.4 Pengembangan instrumen

3.4.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah behavioral intention sebagai variabel Z.

3.4.2 Variabel Independen

Variabel independen/bebas dalam penelitian ini adalah emotional experience sebagai variabel X1 dan place image sebagai variabel X2.

3.4.3 Variabel intervening

Variabel mediasi pada penelitian ini adalah customer satisfaction sebagai Y.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data primer adalah jenis dan sumber data yang digunakan. bahwa data asli adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber data sekunder adalah sumber yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti orang lain atau melalui dokumen. Data utama penelitian ini adalah hasil penetapan kuesioner terhadap sampel yang telah ditentukan.

Menurut Malhotra dalam Shrestha, (2022), data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti dengan tujuan tertentu untuk memecahkan masalah penelitian. Metode pengumpulan data penelitian dipilih karena survei dapat digunakan untuk sampel yang besar. Kuesioner dapat digunakan untuk menghasilkan informasi yang berbeda untuk setiap responden atau individu, atau informasi menggunakan variabel penelitian, dan informasi yang diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan untuk populasi. Data ini dikumpulkan oleh peneliti sendiri dengan cara menyebarkan kuesioner secara daring kepada 200 calon responden yang memenuhi kriteria.

3.6 Indikator Variabel

Dalam penelitian ini, indikator-indikator yang akan di gunakan untuk mengukur variabel-variabel penelitian adalah:

Tabel 3. 1 Tabel Indikator Variabel

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber Referensi
<i>Emotional experience (X1)</i>	<i>1. Experience the joy of enjoying live music</i>	1. Saya mengalami kegembiraan saat menikmati <i>live music</i> di Hardrock Café Bali	Carissa et al., (2020)
	<i>2. Feel entertained and happy during the show</i>	2. Saya merasa terhibur dan senang selama pertunjukan di Hardrock Café Bali	
	<i>3. Feel inspired by musicians performing</i>	3. Saya merasa terinspirasi oleh penampilan musisi Hardrock Café Bali	
	<i>4. Feel emotional closeness with musicians</i>	4. Saya merasakan kedekatan emosional dengan musikus di Hardrock Café Bali	
	<i>5. Experience strong positive emotions when music is played</i>	5. Saya mengalami emosi positif yang kuat saat musik dimainkan di Hardrock Café Bali	
<i>Place image (X2)</i>	<i>1. The image of restaurant-bar that offers quality live music</i>	1. Hardrock Café Bali menawarkan <i>live music</i> yang berkualitas	Shen et al., (2019)
	<i>2. The image of the restaurant-bar as an interesting place of entertainment</i>	2. Hardrock Café Bali sebagai tempat hiburan yang menarik	
	<i>3. A restaurant-bar image that creates a unique and memorable experience</i>	3. Hardrock Café Bali menciptakan pengalaman unik dan berkesan	
	<i>4. The image of the restaurant-bar as a place for socialization and social interaction</i>	4. Hardrock Café Bali sebagai tempat sosialisasi dan interaksi sosial	
	<i>5. The Image of restaurant-bar as a music tourism destination</i>	5. Hardrock Café Bali sebagai tempat tujuan wisata musik	
<i>Customer satisfaction (Y)</i>	<i>1. Satisfied with the quality of live music in the resto-bar</i>	1. Saya puas dengan kualitas <i>live music</i> di Hardrock Café Bali	
	<i>2. Satisfied with the service and</i>	2. Saya puas dengan pelayanan dan fasilitas di Hardrock Café Bali	

	<i>facilities of the restaurant-bar</i>		
	3. <i>Satisfied with the atmosphere and atmosphere of the restaurant-bar</i>	3. Saya puas dengan suasana dan atmosfer di Hardrock Café Bali	Wantara & Irawati, (2021)
	4. <i>Satisfied with the variety of music and genres offered</i>	4. Saya puas dengan variasi musik dan genre yang ditawarkan Hardrock Café Bali	
	5. <i>Satisfied with the price and value provided</i>	5. Saya puas dengan harga dan nilai yang diberikan Hardrock Café Bali	
Behavioral intention (Z)	1. <i>Intention to visit the same resto-bar in the future</i>	1. Saya berniat untuk mengunjungi Hardrock Café Bali di masa depan	
	2. <i>Intention to recommend the restaurant to others</i>	2. Saya berniat untuk merekomendasikan Hardrock Café Bali kepada orang lain	
	3. <i>Intention to spend more time at the restaurant-bar</i>	3. Saya berniat untuk menghabiskan waktu lebih lama di Hardrock Café Bali	Rasoolimanesh et al., (2022)
	4. <i>Intention to attend live music events at the restaurant-bar in the future</i>	4. Saya berniat untuk mengikuti <i>live music</i> Hardrock Café Bali di masa depan	
	5. <i>Intention to participate in activities held in the restaurant-bar</i>	5. Saya berniat untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakan di Hardrock Café Bali	

Sumber: data diperoleh oleh peneliti (2023)

3.7 Skala Pengukuran

Untuk skala pengukuran, pada penelitian ini menggunakan skala *Likert* tujuh poin yang terdiri dari “Sangat Tidak Setuju”, “Tidak Setuju”, “Agak Tidak Setuju”, “Netral”, “Agak Setuju”, “Setuju”, dan “Sangat Setuju”. Ada empat alasan menggunakan skala *Likert* tujuh poin. Alasan pertama karena dari skala tiga sampai sebelas, skala tujuh yang paling sering digunakan. Skala *Likert* sembilan poin atau

lebih akan membuat responden menjadi lebih sulit untuk membedakan setiap poin skala dan responden sulit dalam mengolah informasi Sukardi, (2021). Alasan kedua adalah dapat memberikan responden pilihan yang lebih banyak dan meningkatkan diferensiasi poin. Alasan ketiga, dengan menggunakan skala *Likert* tujuh poin, pemilihan kategori dalam kuesioner akan menjadi lebih spesifik. Hal tersebut akan memberikan kesempatan kepada responden untuk dapat memilih keinginan mereka secara spesifik.

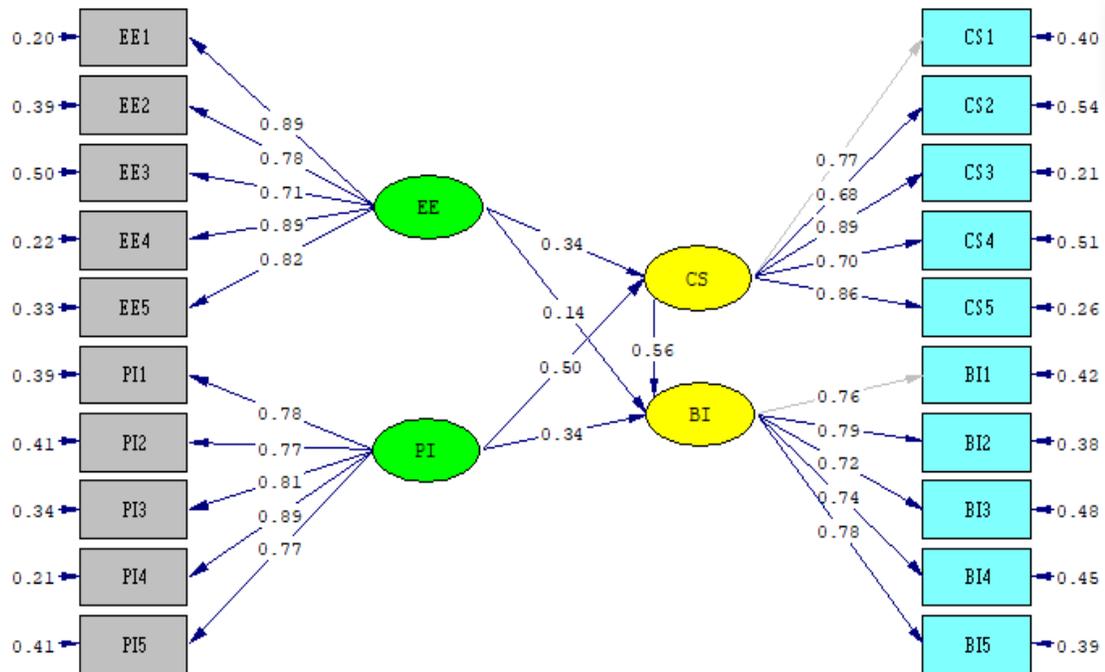
Tabel 3. 2 Tabel Skala Pengukuran *Likert*

Kriteria jawaban	Skor	Kode
Sangat Setuju	SS	7
Setuju	S	6
Agak Setuju	AS	5
Netral	N	4
Agak Tidak Setuju	ATS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Guerra et al., (2019)

3.8 Teknik Analisis data

Teknik pengolahan dan analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Modeling*), yang diterapkan dengan menggunakan perangkat lunak LISREL yang dibantu dengan SPSS.



Gambar 3. 1 Path Model Structural Equation Modeling

Sumber: diolah oleh peneliti (2023)

3.8.1 Uji Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan tanggapan dari setiap responden yang dikumpulkan dalam kuesioner yang dibuat dan disebar oleh peneliti. Dalam hal ini, fokus disajikan dalam bentuk tabel atau bagan, kemudian hitung data dalam tabel atau grafik berdasarkan frekuensi atau persentase Sukardi, (2021).

3.8.2 Uji Validitas

Menurut Ghozali, (2018) merupakan uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Tujuan uji validitas ini adalah untuk menguji keabsahan instrumen penelitian

yang hendak disebarkan. Teknik yang akan digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item, jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut valid, sedangkan jika negatif maka tidak valid yang kemudian akan digantikan atau dikeluarkan dari kuesioner.

Pengujian validitas yang bertujuan untuk mencari penyelesaian statistik mengenai keeratan (kuat-lemahnya) hubungan dari dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dasar pengambilan keputusannya dengan taraf signifikan 5%. Cara mengukur validitas jika nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel, maka dapat dinyatakan valid, namun jika nilai r-hitung lebih kecil dari r-tabel, maka dapat dinyatakan tidak valid.

3.8.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat yang dapat dipercaya yang dapat digunakan sebagai alat pendataan karena alat tersebut sudah sangat baik. Metode ini akan diuji menggunakan SPSS dengan responden penelitian yang komprehensif. Alat yang baik tidak akan mencondongkan atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban tertentu. Alat yang dapat dipercaya, dapat diandalkan akan menghasilkan data yang dapat diandalkan. Instrumen yang reliabel artinya instrumen tersebut harus baik agar dapat menampilkan data yang reliabel Ghozali, (2018) Ukuran reliabilitas adalah Alpha Cronbach. Dalam pengujian ini jika alpha count lebih besar dari 0,60 maka reliabel

Kriteria keputusan uji reliabilitas adalah jika α lebih besar sama dengan 0,60 menunjukkan reliabel, jika α lebih kecil dari 0,60 menunjukkan alat tidak reliabel.

3.8.4 Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis hubungan antar variabel diperoleh dari nilai standardized total effects, dan dari hasil analisis data akan diketahui seberapa besar pengaruh atau hubungan antar variabel tersebut. Kriteria pengujian dengan memperhatikan tvalues antar variabel yang dibandingkan dengan nilai kritisnya (t-tabel). Nilai kritis untuk ukuran sampel besar ($n > 30$) dengan taraf $\alpha = 0,05$ yaitu sebesar 1,96. Hubungan variabel yang memiliki t- values $>1,96$ dapat dikatakan signifikan. Untuk penelitian ini. Berikut ini adalah berdasarkan nilai indeks yang biasa digunakan dalam SEM, diantaranya:

- 1) Nilai *Chi Square*: indeks ini mengukur sejauh mana model yang diajukan sesuai dengan data yang diamati. Semakin kecil nilai *chi-square* relatif terhadap derajat kebebasan, semakin baik model tersebut. Nilai ideal adalah kurang dari 3.
- 2) *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA): Indeks ini mengukur seberapa baik model yang diajukan sesuai dengan data. RMSEA mengukur kesalahan aproksimasi model terhadap populasi. Jika nilainya kurang dari atau sama dengan 0,05, berarti modelnya baik, yaitu lebih kecil dari atau sama dengan 0,08

- 3) *Goodness of fit index* (GFI): Indeks ini mengukur sejauh mana model yang diajukan cocok dengan data yang diamati, dibandingkan dengan model hipotetis yang sempurna. Nilai GFI berkisar antara 0 dan 1, dan nilai yang lebih tinggi menunjukkan kesesuaian yang lebih baik. Model dianggap fit apabila nilai GFI lebih besar sama dengan 0,9.
- 4) *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI): Ini adalah modifikasi dari GFI yang mengambil pendekatan terhadap jumlah parameter dalam model. Ini memberikan penyesuaian untuk ukuran sampel dan jumlah parameter. Nilai AGFI sama dengan atau lebih besar dari 0,9. Jika nilainya lebih besar dari 0,9, model memiliki kesesuaian model yang baik secara keseluruhan
- 5) *Root Mean Square Residual* (RMR): Merupakan rata-rata residual antara matriks kovarians atau korelasi yang teramati dengan hasil estimasi. Nilai rata-rata semua residual yang distandarisi. Nilai RMR berkisar mulai 0 – 1, Model dikatakan good fit apabila nilai RMSR kurang dari 0,05 ($RMSR < 0,05$).
- 6) *Tucker Lewis Index* (TLI): TLI Juga dikenal sebagai *nonnormative fit index* (NNFI), mengukur seberapa baik model yang diajukan cocok dengan model nol yang diasumsikan, di mana tidak ada hubungan antara variabel laten atau observasi. Dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan kesesuaian yang lebih baik. Kisaran nilai TLI adalah 0 dan 1. Sebuah model dikatakan good fit apabila memiliki nilai $TLI \geq 0,9$ dan dikatakan marginal fit apabila memiliki nilai $TLI (0,8 \leq TLI \leq 0,9)$. Jika nilainya mendekati 1, model menunjukkan tingkat kesesuaian yang sangat tinggi.

7) *Comparative Fit Index (CFI)*: mengukur seberapa baik model yang diajukan cocok dengan data observasi dibandingkan dengan model nol yang diasumsikan (model tanpa hubungan antarvariabel). Nilai CFI berkisar dari 0 hingga 1. Nilai CFI berkisar di antara 0 sampai 1. Suatu model dikatakan good fit apabila memiliki nilai CFI lebih besar atau sama dengan 0,9 ($CFI \geq 0,9$) dan dikatakan marginal fit apabila ($0,8 \leq CFI \leq 0,9$).

Tabel 3. 3 Goodness of fit indices

<i>Goodness of fit indices</i>	<i>Cut-off value</i>
Chi Square	<3
GFI	$\geq 0,90$
RMSR	<0,05
RMSEA	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$
AGFI	$\geq 0,90$
TLI	$\geq 0,90$
CFI	$\geq 0,90$

Sumber: Sukardi, (2021)