

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat**

Penelitian akan dilakukan di Pasar Beringharjo atau Pasar Tradisional Beringharjo yang berlokasi di Jl. Margo Mulyo No.16, Ngupasan, Gondomanan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Tempat ini dipilih oleh peneliti karena ketertarikan peneliti dengan kota Yogyakarta, yang merupakan satu-satunya kota dengan sebutan khusus yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta. Peneliti menetapkan pasar Beringharjo sebagai lokasi yang dituju karena Pasar Beringharjo merupakan pasar tertua di Indonesia dan kental akan adat jawa yang sesuai dengan kriteria peneliti untuk melakukan penelitian.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dari bulan Januari 2019 hingga bulan Juli 2019. Waktu tersebut diperkirakan cukup untuk melakukan studi pustaka pengambilan sampel dan data-data yang berkaitan dengan penelitian ini serta proses pengolahan data hingga didapatkan hasil dan kesimpulan dari penelitian ini.

## **B. Metode Penelitian**

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif.

Dalam Penelitian ini, desain atau metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kausal. Menurut Malhotra (2009), riset deskriptif adalah suatu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama menguraikan suatu karakteristik. Sedangkan riset kausal bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab-akibat antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi yaitu untuk memperoleh deskripsi dari variabel lingkungan fisik, harapan pelanggan, nilai belanja hedonis, kepuasan pelanggan dan niat berkunjung ulang. Sedangkan penelitian kausal bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan fisik, harapan pelanggan, nilai belanja hedonis, kepuasan pelanggan dan niat berkunjung ulang.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode survei dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner dalam penelitian ini. Menurut Malhotra (2009), metode survei adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik. Alasan peneliti menggunakan penelitian survei adalah untuk mengetahui

seberapa penting pengaruh lingkungan fisik, harapan pelanggan, nilai belanja hedonis, kepuasan pelanggan terhadap niat berkunjung ulang ke Pasar Beringharjo.

### **C. Populasi dan Sampling atau Jenis dan Sumber Data**

#### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2013), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini mengacu pada pengunjung Pasar Beringharjo yang sudah pernah berkunjung ke Pasar Beringharjo. Jenis populasi yang akan diteliti adalah populasi *infinite*, yaitu objek dengan ukuran yang tidak terhingga (*infinite*), yang karakteristiknya dikaji atau diuji melalui sampling karena peneliti tidak mengetahui jumlah pasti wisatawan yang pernah mengunjungi Pasar Beringharjo.

#### **2. Sampel**

Menurut Malhotra (2009) sampel adalah sub kelompok yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Metode sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2013) menyatakan bahwa *sampling* aksidental adalah tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan di temui itu cocok sebagai sumber data. Sehingga peneliti dapat memilih seseorang untuk menjadi responden secara kebetulan saat bertemu

dengan peneliti di lokasi penelitian untuk dijadikan sampel oleh peneliti. Batasan metode *accidental sampling* ini adalah pengunjung yang sudah pernah mengunjungi Pasar Beringharjo.

Menurut Hair, Black, and Babin (2010), terdapat beberapa hal yang dapat digunakan sebagai pedoman untuk menentukan ukuran sampel dalam analisis *structural equation modeling* (SEM), yaitu:

1. Ukuran sampel 100-200 untuk teknik estimasi *maximal likelihood* (ML).
2. Bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5 – 10 kali jumlah parameter yang diestimasi.
3. Bergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variable bentukan. Jumlah sampel adalah jumlah indikator variable bentukan, yang dikali 5 sampai dengan 10. Apabila terdapat 20 indikator, besarnya sampel adalah antara 100-200.
4. Jika sampelnya sangat besar, peneliti dapat memilih teknik estimasi tertentu.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti akan disesuaikan berdasarkan teori Hair et al. (2010) diatas menyarankan pada poin pertama ketentuan ukuran sampel 100 – 200 untuk teknik estimasi maximum likelihood (ML), hal ini telah memenuhi kriteria jumlah minimal sampel.

Berdasarkan kajian pada penelitian terdahulu dapat dilihat bahwa penelitian terdahulu juga menggunakan sampel yang berkisar antara 100-

300 sehingga peneliti akan menggunakan sampel yaitu dengan jumlah 200 sampel.

**Tabel III. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Lokasi	Jumlah Responden	Teknik Pengambilan Data	Teknik Analisis Data
1	F. Ali and Amin (2014)	RRC	500 respondens	A self-administered	CFA
2	F. Ali, Kim, et al. (2016)	Malaysia	271 respondens	Self-reported questionnaires	PLS dan SEM
3	Johnson et al. (2001)	Norwegian	6900 respondens	NCSB-model	PLS
4	Moslehpour et al. (2018)	Vietnam	379 respondens	Simple Random Sampling	EFA dan CFA
5	Almsalam (2014)	Syria	250 respondens	Random Sampling	EFA
6	Kesari and Atulkar (2016),	India	288 respondens	Convenience sampling	CFA dan SEM
7	Carpenter (2008)	USA	23,999 respondens	Telephone survey methods	CFA
8	Sirakaya-Turk et al. (2015)	Turkey	506 respondens	Random Sampling	AVE
9	Groß (2018)	Germany	500 respondens	Online survey	EFA
10	Eroglu et al. (2005)	USA	80 respondens	Questionnaire	Examination of the Simple
11	Herstanti et al. (2014)	Australia	227 respondens	Online survey	EFA dan CFA
12	Han et al. (2009)	US	406 respondens	Online survey	CFA dan AVE
13	Wulanjani and Derriawan (2017)	Bogor	200 respondens	Purposive Sampling	SEM Multivariate

Sumber: Data diolah peneliti

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Malhotra (2009) data primer adalah data yang dibuat oleh

peneliti bermaksud khusus untuk menyelesaikan masalah riset. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden untuk memperoleh informasi tentang variable-variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Menurut Malhotra (2009) data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang dihadapi. Data sekunder yang peneliti dapatkan berasal dari data administrasi Badan Statistik Pariwisata Yogyakarta dan beberapa portal berita serta situs lainnya yang digunakan dalam pencarian referensi teori maupun jurnal.

Pada penelitian ini metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah metode survei dan metode observasi pada Pasar Tradisional Beringharjo. Menurut Malhotra (2009) metode survei adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik. Tujuannya untuk memperoleh informasi berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan ke responden. Sedangkan menurut Malhotra (2009) metode observasi adalah perekam pola perilaku orang, objek dan peristiwa dengan cara yang sistematis untuk memperoleh informasi mengenai fenomena yang sedang diteliti.

Prosedur pengumpulan data adalah peneliti mendatangi responden yang pernah mengunjungi Pasar Beringharjo. Kemudian peneliti menanyakan kepada calon responden tersebut mengenai informasi yang berkaitan dengan

kriteria responden penelitian ini. Apabila sesuai, peneliti meminta kesediaan calon responden tersebut untuk mengisi kuesioner.

## 1. Variabel Dependen

Menurut Malhotra (2009) variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap unit uji. Pada penelitian ini diketahui variabel dependen adalah niat berkunjung ulang. Niat berkunjung ulang akan muncul apabila terdapat kepuasan dari pengunjung. Sehingga tingginya kepuasan pada pengunjung akan memungkinkan pengunjung untuk memiliki niat berkunjung ulang pada suatu destinasi.

Berikut operasional variabel dan indikator adaptasi yang akan digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

### a. Niat Berkunjung Ulang

**Tabel III. 2 Operasionalisasi Variabel Niat Berkunjung Ulang**

<b>Konsep</b>	<b>Indikator Original</b>	<b>Indikator Adaptasi</b>	<b>Sumber</b>
<b>Niat Berkunjung Ulang (Z)</b> adalah niat wisatawan melakukan kunjungan kembali ke tempat tujuan yang sama.	<b>Transactional intention</b> I would revisit Sydney for vacation. I would visit the same attractions (which I've visited), if I was on vacation back to Sydney. Australia is the country of my primary choice for a vacation in the future. I would rather visit the city of Sydney, compared to other cities in Australia	<b>Niat Transaksional</b> 1. Saya akan mengunjungi Pasar Beringharjo lagi pada saat berlibur di Yogyakarta. 2. Saya akan mengunjungi pedagang cinderamata yang sama di Pasar Beringharjo pada saat saya berlibur kembali ke Yogyakarta. 3. Pasar Beringharjo adalah pilihan utama untuk membeli cinderamata saat berlibur ke Yogyakarta di lain waktu. 4. Saya lebih suka mengunjungi pasar Beringharjo, dibandingkan pasar tradisional lain yang ada	Herstanti et al. (2014)

		di Yogyakarta.	
	<p><b>Intention to recommend</b></p> <p>I would recommend Sydney to my friends as a destination for vacation.</p> <p>I would tell positive things about my experience during my vacation in Sydney</p>	<p><b>Niat Untuk Merekomendasikan</b></p> <p>5. Saya akan merekomendasikan Pasar Beringharjo kepada teman-teman saya sebagai tempat membeli cinderamata pada saat berlibur di Yogyakarta.</p> <p>6. Saya akan menceritakan hal-hal positif tentang pengalaman saya pada saat bertransaksi di Pasar Beringharjo.</p>	

Sumber: Data diolah peneliti

## 2. Variabel Independen

Menurut Malhotra (2009) variabel bebas atau variabel independen adalah variabel alternative yang dimanipulasi (yaitu tingkat variabel-variabel ini diubah-ubah oleh peneliti) dan efeknya diukur serta dibandingkan. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari lingkungan fisik, harapan pelanggan, nilai belanja hedonis dan kepuasan pelanggan.

Berikut operasional variabel dan indikator adaptasi yang akan digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

### a. Lingkungan Fisik

**Tabel III. 3 Operasionalisasi Variabel Lingkungan Fisik**

Konsep	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
<p><b>Lingkungan Fisik (X<sub>1</sub>)</b></p> <p>adalah suatu tempat yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pengunjung secara langsung serta memiliki tata letak yang dapat mempengaruhi pengunjung.</p>	<p><b>Layout Accessibility</b></p> <p>The facility layout makes it easy to get the kind of airport service you want.</p> <p>The facility layout makes it easy to move around within this airport.</p>	<p><b>Akeseibilitas Tata Letak</b></p> <p>1. Tata letak dan fasilitas pada Pasar Beringharjo memudahkan Anda untuk mendapatkan berbagai layanan yang Anda inginkan.</p> <p>2. Tata letak dan fasilitas memudahkan Anda untuk bergerak di dalam Pasar Beringharjo.</p>	<p>(Miles et al., 2012; Siu et al., 2012; Wakefield &amp; Blodgett, 1996)</p>

	<p><b>Facility Aesthetics</b> This facility's architecture gives it an attractive character. This interior wall and floor colour schemes are attractive.</p>	<p><b>Estetika Fasilitas</b> 3. Tata ruang dan alokasi pedagang membuat Pasar Beringharjo menjadi teratur. 4. Warna dinding dan lantai interior Pasar Beringharjo menarik</p>	
	<p><b>Functionality</b> The electronic displays provide information clearly. In the waiting area, the seating arrangements provide plenty of space.</p>	<p><b>Fungsionalitas</b> 5. Tersedianya fasilitas tempat duduk untuk pengunjung di pasar Beringharjo 6. Tersedianya Layar elektronik yang memberikan informasi dengan jelas</p>	
	<p><b>Cleanliness</b> Overall, this facility is kept clean</p>	<p><b>Kebersihan</b> 7. Secara keseluruhan, fasilitas pada Pasar Beringharjo terawat dan bersih</p>	

Sumber: Data diolah peneliti

## b. Harapan Pelanggan

**Tabel III. 4 Operasionalisasi Variabel Harapan Pelanggan**

Konsep	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
<p><b>Harapan pelanggan (X<sub>2</sub>)</b> adalah keinginan maupun saran pelanggan terhadap produk atau layanan agar sesuai dengan keinginan pelanggan.</p>	<p><b>Reliability</b> The airline's ability to perform the promised service dependably and accurately.</p>	<p><b>Keandalan</b> 1. Pengelola Pasar Beringharjo memiliki sistem keamanan yang baik dan andal.</p>	<p>Gures et al. (2014)</p>
	<p><b>Responsiveness</b> The airline's willingness to help customers and provide prompt service.</p>	<p><b>Responsif</b> 2. Pengelola Pasar Beringharjo memiliki tim keamanan (<i>security</i>) yang tanggap.</p>	
	<p><b>Assurance and Customization</b> The caring, individualized attention the airline provides its customers.</p>	<p><b>Jaminan</b> 3. Pengelola Pasar Beringharjo menyediakan tempat parkir yang aman dan terpercaya bagi para pengunjung.</p>	
	<p><b>Facilities and Flight patterns</b> The appearance of the airline's ground facilities, aircraft, personnel and communications</p>	<p><b>Fasilitas</b> 4. Pengelola Pasar Beringharjo menyediakan pusat informasi yang dapat membantu para pengunjung pasar.</p>	

	materials.		
	<p><b>Employees</b> The knowledge and courtesy of airline's employees and their ability to convey trust and confidence.</p>	<p><b>Para karyawan</b> 5. Pengelola Pasar Beringharjo memiliki karyawan yang ramah dan dapat membantu pengunjung dengan baik.</p>	

Sumber: Data diolah peneliti

### c. Nilai Belanja Hedonis

**Tabel III. 5 Operasionalisasi Variabel Nilai Belanja Hedonis**

<b>Konsep</b>	<b>Indikator Original</b>	<b>Indikator Adaptasi</b>	<b>Sumber</b>
<p><b>Nilai Belanja Hedonis (X<sub>3</sub>)</b> adalah perasaan senang yang melekat pada diri pelanggan apabila mendapatkan produk atau layanan yang diinginkan oleh pelanggan.</p>	<p><b>Shopping Enjoyment</b> I love to go clothing shopping when I can find the time. Clothing shopping is a way I like to spend my leisure time. Clothing shopping is a good way for me to relax. Clothing shopping is not one of my favorite leisure activities.</p>	<p><b>Kenikmatan Belanja</b> 1. Saya suka berbelanja cinderamata pada saat berlibur ke Yogyakarta. 2. Berbelanja di Pasar Beringharjo adalah cara saya untuk menghabiskan waktu luang saya pada saat berlibur. 3. Berbelanja di Pasar Beringharjo adalah cara terbaik bagi saya untuk bersantai. 4. Berbelanja di Pasar Beringharjo merupakan salah satu kegiatan rekreasi favorit saya.</p>	<p>Chang et al. (2004)</p>
	<p><b>Boredom Escapism</b> Clothing shopping picks me up on a dull day. Clothing shopping is not entertaining to me when I am bored.</p>	<p><b>Penghilang Rasa Bosan</b> 1. Di hari yang membosankan berbelanja di Pasar Beringharjo membuat saya senang. 2. Berbelanja di Pasar Beringharjo menghibur saya pada saat saya merasa bosan.</p>	

Sumber: Data diolah peneliti

### 3. Variabel Intervening

Menurut Sugiyono (2013) variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati serta diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela / antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel intervening pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Berikut operasional variabel dan indikator adaptasi yang akan digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

#### a. Kepuasan Pelanggan

**Tabel III. 6 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan**

<b>Konsep</b>	<b>Indikator Original</b>	<b>Indikator Adaptasi</b>	<b>Sumber</b>
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b> adalah penilaian rasa puas ketika pelanggan mendapatkan produk atau layanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan.	<b>Local Attraction</b> I am pleased visiting an ethnic minority (aborigines) of Australia in Sydney. I am satisfied visiting recreational parks in Sydney.	<b>Daya Tarik Lokal</b> 1. Saya senang mengunjungi pasar Beringharjo. 2. Saya merasa aman ketika bertransaksi di pasar Beringharjo.	Herstanti et al. (2014)
	<b>Icons</b> I was satisfied watching traditional music/songs in Sydney. I was satisfied trying typical food of Australia in Sydney.	<b>Ikon</b> 3. Saya puas menonton pertunjukkan musik / lagu tradisional yang dibawakan seniman jalanan di pasar Beringharjo. 4. Saya puas mencoba dan membeli makanan khas Yogyakarta yang dijual di Pasar Beringharjo.	
	<b>Easiness</b> I was satisfied because when I visited Sydney, the immigration	<b>Kemudahan</b> 5. Saya puas karena akses jalan menuju Pasar Beringharjo tidak rumit.	

	process was NOT complicated. I was satisfied because it is easy finding money changers	6. Saya puas karena mudah menemukan penjual cinderamata khas Yogyakarta di Pasar Beringharjo.
	<b>Transport</b> I was satisfied rented a bike to get around seeing sights in Sydney	<b>Kendaraan</b> 7. Saya puas dengan pelayanan parkir di Pasar Beringharjo.

Sumber: Data diolah peneliti

#### 4. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2015).

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Menurut Sugiyono (2015), skala Likert berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Penelitian ini peneliti menggunakan skala Likert genap, dengan menggunakan kategori genap, misalnya 4 pilihan, 6 pilihan, atau 8 pilihan Sukardi (2015). Peneliti mengambil skala Likert pilihan enam, adapun kegunaan dari skala Likert enam ini agar responden tidak memberikan pada kategori tengah atau netral yang dapat membuat peneliti tidak memperoleh informasi. Sehingga penggunaan skala Likert genap dianjurkan untuk digunakan dalam penelitian.

**Tabel III. 7 Pengukuran Skala Likert Genap**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Kode</b>
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Sedikit Tidak Setuju	3
Sedikit Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

**Sumber:** Simamora (2008)

## **E. Teknik Analisis Data**

### **1. Analisis Deskriptif**

Menurut Malhotra (2009) analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk menggambarkan setiap jawaban yang diberikan responden yang berasal dari kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti. Pendekatan teknik analisis deskriptif dalam hal ini antara lain penyajian data melalui tabel atau grafik serta perhitungan data dengan menggunakan frekuensi dan penggunaan presentase.

### **2. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Dalam penelitian ini salah satu uji yang dilakukan adalah uji validitas. Menurut (Malhotra, 2009) skala validitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan sejati antara objek-objek pada karakteristik yang sedang diukur, daripada eror sistematis atau acak.

Pada saat perhitungan kuesioner pengukuran validitas sangat penting dilakukan. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-

pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Menurut Malhotra (2009) validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi kolerasi yang signifikan antara kolerasi antar variabel. Untuk melihat korelasi dalam validitas maka digunakan *factor analysis*. *Factor analysis* merupakan metode multivariat yang digunakan untuk menganalisis variabel-variabel yang diduga memiliki ketertarikan satu sama lain. *Factor analysis* yang digunakan dalam penelitian ini adalah EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*).

Uji validitas yang digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Menurut Malhotra (2009), validitas merupakan instrumen dalam kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, bukan kesalahan sistematis. Sehingga indikator-indikator tersebut dapat mencerminkan karakteristik dari variabel yang digunakan dalam penelitian.

Pengukuran validitas sangat penting dilakukan dalam penilaian kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang digunakan untuk penelitian. Instrumen yang reliabel belum tentu valid. Menurut Malhotra (2009) validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi kolerasi yang signifikan antara kolerasi antar variabel. Untuk melihat korelasi dalam validitas maka digunakan *factor analysis*. *Factor analysis* merupakan metode multivariat yang digunakan untuk menganalisis variabel-variabel yang diduga memiliki ketertarikan satu sama lain. *Factor analysis* yang digunakan dalam penelitian ini adalah EFA

(*Exploratory Factor Analysis*). Selain menggunakan EFA faktor analisis CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) juga digunakan pada penelitian ini agar peneliti dapat mengkonfirmasi indikator-indikator yang paling dominan dalam suatu konstruk Sugiyono (2015).

Menurut Hair et al. (2010), validitas konvergen pada EFA tercapai bila indikator-indikator dari sebuah variabel tertentu mengelompok pada satu komponen dengan nilai *factor loading* sebesar batasan yang telah ditentukan berdasarkan jumlah sampel penelitian. Pedoman nilai *factor loading* pada EFA berdasarkan jumlah sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel III. 8 Nilai *Loading Significant* EFA Berdasarkan Jumlah Sampel**

<i>Factor Loading</i>	Jumlah Sampel
0.30	350
0.35	250
0.40	200
0.45	150
0.50	120
0.55	100
0.60	85
0.65	70
0.70	60
0.75	50

Sumber: Hair et al (2010)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan sampel 200 sampel dan menggunakan *factor loading* sebesar 0,40 pengisian *factor loading* tidak

boleh melebihi dan mengurangi, harus menyesuaikan dengan jumlah yang sempel yang di dapatkan oleh peneliti.

Menurut Priyanto and Dwi (2010) uji reliabilitas dilakukan untuk menguji sejauh mana item-item instrumen dapat merefleksikan kesamaan konstruk dan juga untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan teknik *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) yang menyatakan sebuah kuesioner reliabel jika memiliki nilai alpha diatas 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan 0,8 – 1 adalah baik. Rumus *cronbach's alpha* dituliskan sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right)$$

Dimana:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$\sigma b^2$  = Jumlah varians butir

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma^2$  = Jumlah varians total

### 3. Uji Hipotesis

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan software AMOS 22. Menurut Sugiyono (2013) SEM dideskripsikan sebagai suatu analisis yang menggabungkan pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*) dan analisis jalur (*path analysis*). Metode Analisis dilakukan untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS *for windows* versi 23 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari paket statistik AMOS versi 20 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

Dengan menggunakan perangkat lunak SEM, tidak hanya hubungan kausalitas (langsung dan tidak langsung) pada variabel atau konstruk yang diamati dapat terdeteksi, tetapi komponen-komponen yang berkontribusi terhadap pembentukan konstruk itu sendiri dapat ditentukan besarnya. Sehingga hubungan kausalitas di antara variabel atau konstruk menjadi lebih informatif, lengkap dan akurat.

Menurut Sanusi (2011) terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk menguji model SEM layak atau tidak. Yang pertama adalah dengan menguji ada atau tidaknya nilai taksiran yang rusak. Nilai yang rusak bias terjadi pada bagian model pengukuran. Langkah berikutnya adalah

melakukan uji kecocokan berdasarkan *fit indices*. *Fit indices* pada SEM terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

1. *Asolute Fit Indices*

*Asolute Fit Indices* adalah ukuran kecocokan model secara keseluruhan (model struktural dan model pengukuran) terhadap matriks korelasi dan matriks korelasi dan matriks kovarians.

- a. *Chi-Square* (CMIN)

*Chi-Square* merupakan alat ukur yang paling mendasar untuk mengukur *overall fit*. *Chi-Square* ini bersifat sangat sensitif terhadap besarnya sampel yang digunakan. Bila jumlah sampel yang digunakan cukup besar yaitu lebih dari 200 sampel, maka *chi-square* harus di dampingi oleh alat uji lainnya. Model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan bila nilai *chi-square* rendah. Semakin kecil nilai *chi-square* (CMIN) maka semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas ( $p$ ) dengan *cut off value* sebesar  $p > 0,05$ . Sampel yang terlalu kecil (kurang dari 50) maupun sampel yang terlalu besar akan sangat mempengaruhi *chi-square*. Oleh karena itu, penggunaan *chi-square* hanya sesuai bila ukuran sampel adalah antara 100 dan 200. Bila ukuran sampel diluar rentang itu, uji signifikansi menjadi kurang reliabel, maka pengujian ini perlu dilengkapi dengan alat uji lainnya.

- b. CMIN/DF

CMIN/DF dihasilkan dari statistik *chi-square* (CMIN) dibagi dengan *Degree of Freedom* (DF) yang merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat fit sebuah model. CMIN/DF yang diharapkan adalah sebesar  $\leq 2,00$  yang menunjukkan adanya penerimaan dari model

c. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*)

Indeks ini dapat digunakan untuk mengkompetensi statistik *chi-square* dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model

2. *Incremental Fit Indices*

*Incremental Fit Indices* merupakan pengukuran kecocokan yang bersifat relative, digunakan untuk memebandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti.

a. TLI (*Tucker Lewis Index*)

Nilai yang diharapkan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah sebesar  $>0.95$  dan nilai yang mendekati 0.1 menunjukkan *very good fit*.

b. CFI (*Comparative Fit Index*)

Indeks ini tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Besaran indeks CFI berada pada rentang 0-1, dimana semakin

mendekati 1 mengindikasikan tingkat penerimaan model yang paling tinggi. Nilai CFI yang diharapkan adalah sebesar  $\geq 0,95$ . Dalam pengujian model, indeks TLI dan CFI sangat dianjurkan untuk digunakan karena indeks-indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi pula oleh kerumitan model.

### 3. *Parsimony Fit Indices*

*Parsimony Fit Indices* membandingkan model yang kompleks dengan model yang sederhana (parsimoni atau ringkas).

Dengan demikian indeks-indeks yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model adalah seperti yang dirangkum dalam tabel III. 4 berikut ini:

**Tabel III. 9 Goodness of Fit Indices**

<i>Goodness of Fit Indices Cut-off Value</i>	<i>Goodness of Fit Indices Cut-off Value</i>
Probabilitas	$\geq 0.05$
CMIN/DF	$\leq 2.00$
TLI	$\geq 0.95$
CFI	$\geq 0.95$
RMSEA	$\leq 0.08$

Sumber: Anwar Sanusi (2011)

## 4. Pilot Study

### a. Deskripsi Data

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan *pilot study* dengan cara menyebar 50 kuesioner kepada responden yang sudah

berkunjung ke Pasar Beringharjo. Peneliti menyebarkan kuesioner *pilot study* kepada pengunjung yang berada di Pasar Beringharjo.

Pilot study adalah suatu percobaan penelitian dalam lingkup yang kecil guna untuk melihat hasil dari peneliti yang nantinya akan diteliti secara besar (Teijlingen, 2011). Adapun keuntungan dari pelaksanaan *pilot study* ini, diantara lain adalah sebagai berikut:

1. Memberi peringatan lebih awal tentang dimana kemungkinan penelitian utama akan ke gagal.
2. Menjadi petunjuk kepada peneliti bagian mana yang akan gagal dalam penelitian besar nanti.
3. Memastikan apakah metode atau instrument yang diusulkan atau direncanakan oleh peneliti cukup baik, atau terlalu rumit.

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 50 responden dan berikut adalah hasil pengolahan data yang dibantu oleh aplikasi SPSS versi 23.

### 1) Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

**Tabel III. 10 Domisili Responden**

No.	Domisili	Jumlah	Persentase (%)	Pie Chart
1	Yogyakarta	39	78.0	
2	Luar Yogyakarta	11	22.0	
<b>Total</b>		<b>50</b>	<b>100.0</b>	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Dari penelitian diatas dapat dilihat bahwa terdapat 50 reponden yang sudah pernah berkunjung ke Pasar Beringharjo. Sebagian besar pengunjung pasar beringharjo berasal dari daerah Yogyakarta dengan jumlah penjgunjung 39 responden atau 78% berasal dari Yogyakarta.

## 2) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel III. 11 Jenis Kelamin Responden**

No.	Jenis Kemanin	Jumlah	Persentase (%)	Pie Chart
1.	Laki-Laki	35	70.0	
2.	Perempuan	15	30.0	
<b>Total</b>		<b>50</b>	<b>100.0</b>	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 50 responden yang sudah pernah mengunjungi Pasar Beringharjo sebagian besar responden adalah laki-laki dengan jumlah 35 responden atau sebesar 70%.

## 3) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel III. 12 Usia Responden**

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)	Pie Chart
1.	18-23 Tahun	39	78.0	
2.	24-29 Tahun	8	16.0	
3.	<18 Tahun	1	2.0	
4.	30-35 Tahun	1	2.0	
5.	36-41 Tahun	1	2.0	
<b>Total</b>		<b>50</b>	<b>100.0</b>	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang pernah mengunjungi Pasar Beringharjo sebagian besar berusia 18-23 tahun sebanyak 39 responden atau sebesar 78%.

#### 4) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir

**Tabel III. 13 Pendidikan Akhir Responden**

No.	Pendidikan Akhir	Jumlah	Persentase	Pie Chart
1.	SLTA	38	76.0%	
2.	S-1	9	18.0%	
3.	Diploma	3	6.0%	
<b>Total</b>		<b>50</b>	<b>100.0%</b>	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Dari tabel diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa seluruh responden (100%) pendidikan akhir para pengunjung Pasar Beringharjo pada *pilot study* sebagian SLTA dengan jumlah responden 38 atau sebesar 76% responden.

#### 5) Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

**Tabel III. 14 Status Pernikahan Responden**

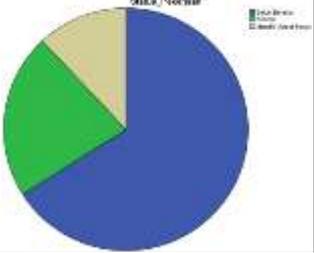
No.	Status Pernikahan	Jumlah	Persentase	Pie Chart
1.	Belum Menikah	45	90.0%	
2.	Menikah	5	10.0%	
<b>Total</b>		<b>50</b>	<b>100.0%</b>	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Hasil penelitian di atas dapat peneliti mendapatkan 50 responden. Jumlah responden yang memiliki status pernikahan belum menikah sebanyak 45 responden atau sebesar 90%.

## 6) Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

**Tabel III. 15 Status Pekerjaan Responden**

No.	Status Pekerjaan	Jumlah	Persentase	Pie Chart
1	Belum Bekerja	33	66.0%	
2	Bekerja	11	22.0%	
3	Memiliki Usaha Sendiri	6	12.0%	
<b>Total</b>		<b>50</b>	<b>100.0%</b>	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Pada tabel di atas dapat sebagian besar responden yang memiliki status pekerjaan belum bekerja 33 responden atau sebanyak 66%. Maka dapat disimpulkan sebagian besar pengunjung pasar beringharjo yang mengisi *pilot study* memiliki status pekerjaan belum bekerja.

### b. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

#### 1) Niat Berkunjung Ulang

**Tabel III. 16 KMO and Bartlett's Test Variabel Niat Berkunjung Ulang**

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>	0.723
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>
	69.738
	<i>df</i>
	15
	<i>Sig.</i>
	0.000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

KMO atau *kaiser meyer olkin measure of sampling adequacy* adalah nilai yang mengunjungi jumlah sampel layak untuk menguji ketetapan faktor analisis. Nilai tinggi KMO antara 0.5 hingga 1 mengindikasikan analisis faktor telah cukup sehingga layak untuk uji ketepatan faktor analisis.

Nilai tinggi KMO antara 0,5 sampai 1,0 menyatakan analisis faktor telah cukup, nilai dibawah 0,5 menyatakan bahwa analisis faktor kemungkinan tidak cukup (Malhotra, 2009). Hasil KMO variabel niat berkunjung ulang berdasarkan tabel III.16 sebesar 0.723 atau mencapai >0,5. Hal ini berarti analisis faktor telah mencukupi dan data yang diambil layak untuk uji ketepatan faktor analisis.

**Tabel III. 17 Pernyataan dan Factor Loading Variabel Niat Berkunjung Ulang**

Nama	Pernyataan	Factor Loading	
		1	2
NBU28	Pasar Beringharjo adalah pilihan utama untuk membeli cinderamata saat berlibur ke Yogyakarta di lain waktu.	0.861	
NBU29	Saya lebih suka mengunjungi pasar Beringharjo, dibandingkan pasar tradisional lain yang ada di Yogyakarta.	0.789	
NBU26	Saya akan mengunjungi Pasar Beringharjo lagi pada saat berlibur di Yogyakarta.	0.694	
NBU27	Saya akan mengunjungi pedagang cinderamata yang sama di Pasar Beringharjo pada saat saya berlibur kembali ke Yogyakarta.	0.602	
<b>Cronbach's Alpha</b>		<b>0.748</b>	
NBU31	Saya akan menceritakan hal-hal positif tentang pengalaman saya pada saat bertransaksi di Pasar Beringharjo.		0.892
NBU30	Saya akan merekomendasikan Pasar Beringharjo kepada teman-teman saya sebagai tempat membeli cinderamata pada saat berlibur di Yogyakarta.		0.834
<b>Cronbach's Alpha</b>			<b>0.704</b>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Menurut Teori yang telah ditulis pada bab dua, niat berkunjung ulang memiliki dua dimensi. Dan dalam uji pilot atau uji dalam skala kecil menunjukkan bahwa variabel niat berkunjung ulang memiliki dua dimensi. Terdapat enam pernyataan dalam variabel niat berkunjung ulang berdasarkan tabel III.17, menurut (Sunyoto, 2013) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Alfa Cronbach  $>0.60$ . *cronbach's alpha* dari dimensi satu adalah sebesar  $>0.6$  yaitu 0.748 dan dimensi dua sebesar 0,704 maka dapat dinyatakan reliabel.

## 2) Kepuasan Pelanggan

**Tabel III. 18 KMO and Bartlett's Test Variabel Kepuasan Pelanggan**

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>	0.715
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i> <i>Approx. Chi-Square</i>	152.074
<i>Df</i>	21
<i>Sig.</i>	0.000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Nilai tinggi KMO antara 0,5 sampai 1,0 menyatakan analisis faktor telah cukup, nilai dibawah 0,5 menyatakan bahwa analisis faktor kemungkinan tidak cukup (Malhotra, 2009). Hasil KMO variabel kepuasan pelanggan berdasarkan table III.18, sebesar 0.715 atau mencapai  $>0,5$ . Hal ini berarti analisis faktor telah mencukupi dan data yang diambil layak untuk uji ketepatan faktor analisis.

**Tabel III. 19 Pernyataan dan *Factor Loading* Variabel Kepuasan Pelanggan**

Nama	Pernyataan	<i>Factor Loading</i>	
		1	2
KP21	Saya puas menonton pertunjukkan musik / lagu tradisional yang dibawakan seniman jalanan di pasar Beringharjo.	0.860	
KP25	Saya puas dengan pelayanan parkir di Pasar Beringharjo.	0.854	
KP20	Saya merasa aman ketika bertransaksi di pasar Beringharjo.	0.842	
KP24	Saya puas karena mudah menemukan penjual cinderamata khas Yogyakarta di Pasar Beringharjo.	0.761	
<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>		<b>0.855</b>	
KP22	Saya puas mencoba dan membeli makanan khas Yogyakarta yang dijual di Pasar Beringharjo.		0.871
KP19	Saya senang mengunjungi pasar Beringharjo.		0.825
KP23	Saya puas karena akses jalan menuju Pasar Beringharjo tidak rumit.		0.806
<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>			<b>0.792</b>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Menurut Teori yang telah ditulis pada bab dua, kepuasan pelanggan memiliki empat dimensi. Sedangkan dalam uji pilot atau uji dalam skala kecil menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan hanya memiliki dua dimensi. Terdapat tujuh pernyataan dalam variabel kepuasan pelanggan berdasarkan tabel III.19, menurut (Sunyoto, 2013) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Alfa Cronbach  $>0.60$ . *Cronbach's alpha* dari dimensi satu adalah sebesar  $>0.6$  yaitu 0.855 dan dimensi dua sebesar 0.792 maka dapat dinyatakan reliabel.

### 3) Variabel Lingkungan Fisik

**Tabel III. 20 KMO and Bartlett's Test Variabel Lingkungan Fisik**

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>	0.625
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i> <i>Approx. Chi-Square</i>	315.615
<i>Df</i>	21
<i>Sig.</i>	0.000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Nilai tinggi KMO antara 0,5 sampai 1,0 menyatakan analisis faktor telah cukup, nilai dibawah 0,5 menyatakan bahwa analisis faktor kemungkinan tidak cukup (Malhotra, 2009). Hasil KMO variabel lingkungan fisik berdasarkan tabel III.20 sebesar 0.625 atau mencapai >0,5. Hal ini berarti analisis faktor telah mencukupi dan data yang diambil layak untuk uji ketepatan faktor analisis.

**Tabel III. 21 Pernyataan dan Factor Loading Variabel Lingkungan Fisik**

Nama	Pernyataan	Factor Loading	
		1	2
LF2	Tata letak dan fasilitas memudahkan Anda untuk bergerak di dalam Pasar Beringharjo.	0.945	
LF1	Tata letak dan fasilitas pada Pasar Beringharjo memudahkan Anda untuk mendapatkan berbagai layanan yang Anda inginkan.	0.891	
LF6	Warna dinding dan lantai interior Pasar Beringharjo menarik.	0.809	
LF5	Tata ruang dan alokasi pedagang membuat Pasar Beringharjo menjadi teratur.	0.784	
<b>Cronbach's Alpha</b>		<b>0.895</b>	

LF4	Warna dinding dan lantai interior Pasar Beringharjo menarik.		0.934
LF3	Tata ruang dan alokasi pedagang membuat Pasar Beringharjo menjadi teratur.		0.910
LF7	Secara keseluruhan, fasilitas pada Pasar Beringharjo terawat dan bersih.		0.824
<b>Cronbach's Alpha</b>			<b>0.887</b>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Menurut Teori yang telah ditulis pada bab dua, Lingkungan fisik memiliki empat dimensi. Sedangkan dalam uji pilot atau uji dalam skala kecil menunjukkan dalam variabel lingkungan fisik hanya memiliki dua dimensi. Terdapat tujuh pernyataan dalam variabel lingkungan fisik berdasarkan tabel III.21, menurut (Sunyoto, 2013) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Alfa Cronbach  $>0.60$ . *cronbach's alpha* dari dimensi satu adalah sebesar  $>0.6$  yaitu 0.895 dan dimensi dua sebesar 0.887 maka dapat dinyatakan reliabel.

#### 4) Variabel Harapan Pelanggan

**Tabel III. 22 KMO and Bartlett's Test Variabel Harapan Pelanggan**

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>	0.610
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	Approx. Chi-Square
	df
	Sig.
	44.191
	10
	0.000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti\

Nilai tinggi KMO antara 0,5 sampai 1,0 menyatakan analisis faktor telah cukup, nilai dibawah 0,5 menyatakan bahwa analisis faktor kemungkinan tidak cukup (Malhotra, 2009). Hasil KMO variabel

harapan pelanggan berdasarkan tabel III.22 sebesar 0.610 atau mencapai  $>0,5$ . Hal ini berarti analisis faktor telah mencukupi dan data yang diambil layak untuk uji ketepatan faktor analisis.

**Tabel III. 23 Pernyataan dan *Factor Loading* Variabel Harapan Pelanggan**

Nama	Pernyataan	<i>Factor Loading</i>	
		1	2
HP8	Pengelola Pasar Beringharjo memiliki sistem keamanan yang baik dan andal.	0.837	
HP9	Pengelola Pasar Beringharjo memiliki tim keamanan (security) yang tanggap.	0.835	
HP12	Pengelola Pasar Beringharjo memiliki karyawan yang ramah dan dapat membantu pengunjung dengan baik.	0.677	
<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>		<b>0.696</b>	
HP10	Pengelola Pasar Beringharjo menyediakan tempat parkir yang aman dan terpercaya bagi para pengunjung.		0.862
HP11	Pengelola Pasar Beringharjo menyediakan pusat informasi yang dapat membantu para pengunjung pasar.		0.851
<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>			<b>0.640</b>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Menurut Teori yang telah ditulis pada bab dua, Harapan pelanggan memiliki lima dimensi. Sedangkan dalam uji pilot atau uji dalam skala kecil menunjukkan dalam variabel harapan pelanggan hanya memiliki dua dimensi. Terdapat lima pernyataan dalam variabel harapan pelanggan berdasarkan tabel III.23, menurut (Sunyoto, 2013) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Alfa Cronbach  $>0,60$ . *Cronbach's alpha* dari dimensi satu adalah sebesar  $>0,6$  yaitu 0,696 dan dimensi dua sebesar 0,640 maka dapat dinyatakan reliabel.

### 5) Nilai Belanja Hedonis

**Tabel III. 24 KMO and Bartlett's Test Variabel Nilai Belanja Hedonis**

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>	0.622
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>
	152.482
	<i>Df</i>
	15
	<i>Sig.</i>
	0.000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Nilai tinggi KMO antara 0,5 sampai 1,0 menyatakan analisis faktor telah cukup, nilai dibawah 0,5 menyatakan bahwa analisis faktor kemungkinan tidak cukup (Malhotra, 2009). Hasil KMO variabel nilai belanja hedonis berdasarkan tabel III.24 sebesar 0.622 atau mencapai >0,5. Hal ini berarti analisis faktor telah mencukupi dan data yang diambil layak untuk uji ketepatan faktor analisis.

**Tabel III. 25 Pernyataan dan Factor Loading Variabel Nilai Belanja Hedonis**

Nama	Pernyataan	Factor Loading	
		1	2
NBH13	Saya suka berbelanja cinderamata pada saat berlibur ke Yogyakarta.	0.930	
NBH15	Berbelanja di Pasar Beringharjo adalah cara terbaik bagi saya untuk bersantai.	0.921	
NBH14	Berbelanja di Pasar Beringharjo adalah cara saya untuk menghabiskan waktu luang saya pada saat berlibur.	0.887	
<b>Cronbach's Alpha</b>		<b>0.900</b>	
NBH16	Di hari yang membosankan berbelanja di Pasar Beringharjo membuat saya senang.		0.867
NBH17	Berbelanja di Pasar Beringharjo merupakan salah satu kegiatan rekreasi favorit saya.		0.850
NBH18	Berbelanja di Pasar Beringharjo menghibur saya pada saat saya merasa bosan.		0.797
<b>Cronbach's Alpha</b>			<b>0.790</b>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Menurut Teori yang telah ditulis pada bab dua, nilai belanja hedonis memiliki dua dimensi. Dalam uji pilot atau uji dalam skala kecil menunjukkan dalam variabel nilai belanja hedonis hanya memiliki dua dimensi. Terdapat enam pernyataan dalam variabel nilai belanja hedonis berdasarkan tabel III.25 menurut (Sunyoto, 2013) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Alfa Cronbach  $>0,60$ . *Cronbach's alpha* dari dimensi satu adalah sebesar  $>0,6$  yaitu 0,900 dan dimensi dua adalah sebesar 0,790 maka dapat dinyatakan reliabel.