

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Objek penelitian yang dipilih adalah pengunjung angkringan-angkringan yang berada pada jalan utama kota Yogyakarta. Angkringan menjadi usaha kuliner yang menjadi ciri khas kota Jogja. Kota ini juga menawarkan banyak pilihan wisata kuliner yang dapat dinikmati pengunjung. Tidak jarang para turis lokal maupun turis mancanegara mengincar untuk mencicipi kuliner unik asal kota istimewa ini.

Penelitian ini akan dilaksanakan di Jakarta, dan menyesuaikan kota tempat tinggal para responden karena penelitian ini akan dilaksanakan secara daring. Sedangkan untuk waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Mei – Juli 2020.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian akan dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, menurut Sedarmayanti *et al.* (2011) pendekatan ini dapat menjadikan sebuah penelitian dapat terukur, valid, serta menggunakan logika penghitungan matematika, sehingga data yang dihasilkan pada pendekatan ini merupakan angka-angka yang didapat dari survei menyebar kuesioner. Penggunaan pendekatan kuantitatif sangat sesuai dengan penelitian ini yang bertujuan menentukan hubungan antar variabel dari sebuah populasi.

Terdapat tiga variabel independent pada penelitian ini, antara lain *food quality* sebagai variabel bebas X1, *perceived quality of service* sebagai variabel bebas X2, dan *customer expectation* sebagai variabel bebas X3, selanjutnya yaitu satu variabel mediasi yaitu *customer satisfaction* sebagai

variabel intervening Y. Dan satu variabel dependen yaitu *revisit intention* sebagai variabel terikat Z.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Target populasi pada penelitian ini adalah wisatawan lokal yang telah berkunjung ke Yogyakarta serta telah mencicipi kuliner angkringan yang berada di Yogyakarta, khususnya di jalan Malioboro.

2. Sampel

Penelitian ini akan menggunakan sebuah teknik pemilihan sampel yaitu *Non-Probability Sampling*, dengan jenis *Purposive Sampling*. Peneliti memilih untuk menggunakan Teknik diatas untuk mendapatkan kriteria yang memenuhi tujuan dari penelitian ini. Berikut adalah kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini:

1. Wisatawan lokal yang sudah mencicipi kuliner Angkringan di kota Yogyakarta, minimal dua kali.
2. Berusia 17 tahun atau lebih.

Sebuah penelitian disarankan untuk menggunakan jumlah sampel sebanyak 200 responden dengan Teknik *Maximum Likelihood Estimation* (Suhud & Wibowo, 2016). Maka dari itu sesuai dengan pernyataan Suhud & Wibowo, penelitian ini akan menggunakan sampel sebanyak 200 responden.

D. Penyusunan Instrumen

Penelitian ini akan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian, hal ini dilakukan agar objek penelitian dapat menjawab dengan cepat pertanyaan-pertanyaan hanya dengan memberikan skala penilaian.

1. Operasional Variabel

a. *Food Quality*

Definisi Adaptasi: Peran penting dalam keberhasilan bisnis kuliner atau restaurant, karena kualitas makanan yang baik akan memicu kepuasan wisatawan terhadap kuliner angkringan yang berada di D.I Yogyakarta.

Tabel III. 1

Skala untuk Mengukur *Food Quality* (Ryu *et al.*, 2012, p. 208)

Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi
<i>The food was delicious</i>	Angkringan yang berada di kota Yogyakarta rasanya lezat.
<i>The food was nutritious</i>	Angkringan yang berada di kota Yogyakarta memiliki makanan bernutrisi.
<i>The restaurant offered a variety of menu items</i>	Angkringan yang berada di kota Yogyakarta menawarkan berbagai macam variasi makanan serta minuman.
<i>The restaurant offered fresh food</i>	Angkringan yang berada di kota Yogyakarta menawarkan sensasi rasa yang berbeda dengan kuliner daerah lain.
<i>The smell of the food was enticing</i>	Angkringan yang berada di kota Yogyakarta memiliki aroma yang sedap.
<i>The food presentation was visually attractive</i>	Tampilan makanan pada angkringan yang berada di kota Yogyakarta sangat menggugah selera.

b. *Perceived Service Quality*

Definisi Adaptasi: Memiliki arti kesan, tanggapan, serta pemikiran terhadap kualitas pelayanan yang dimiliki seseorang terhadap kuliner angkringan di kota Yogyakarta.

Tabel III. 2

Skala untuk Mengukur *Perceived Service Quality* (Kim & Moon, 2009, p. 154)

Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi
<i>The overall quality of this restaurant is (poor–excellent)</i>	Keseluruhan kualitas pelayanan kuliner angkringan yang berada di kota Yogyakarta (sangat buruk-sangat baik)
<i>The overall quality of this restaurant is (much worse than I</i>	Keseluruhan kualitas pelayanan kuliner angkringan yang berada di kota Yogyakarta

Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi
<i>expected—much better than I expected).</i>	(lebih buruk dari yang saya harapkan-lebih baik dari yang saya harapkan)
<i>The overall quality of this restaurant is (not at all what it should be—just what it should be)</i>	Keseluruhan kualitas pelayanan kuliner angkringan yang berada di kota Yogyakarta (sangat tidak seperti seharusnya-seperti seharusnya)

c. *Customer Expectations*

Definisi Adaptasi: Merupakan harapan atau keyakinan terhadap apa akan dilihat, dirasakan, atau didengar para kostumer dari kuliner angkringan yang berada di kota Yogyakarta.

Tabel III. 3

Skala untuk Mengukur *Customer Expectations* (S. Lee *et al.*, 2011, p. 1119)

Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi
<i>I expect to see very beautiful scenery from the tour.</i>	Saya mengharapkan pemandangan indah kota Yogyakarta saat mengunjungi angkringan.
<i>I hope to see historical and cultural legacy from the tour.</i>	Saya berharap untuk merasakan cita rasa berbeda pada angkringan yang berada di kota Yogyakarta.
<i>I hope to see comfortable and safe city environments from the tour.</i>	Saya mengharapkan kenyamanan dan keamanan saat sedang menyantap kuliner angkringan yang berada di kota Yogyakarta.
<i>I expect to see various souvenirs from the tour.</i>	Saya mengharapkan tersedianya berbagai jenis makanan dari kuliner angkringan yang berada di kota Yogyakarta.

d. *Customer Satisfaction*

Definisi Adaptasi: Merupakan penilaian langsung para kostumer mengenai kuliner angkringan di kota Yogyakarta, penilaian berupa kesesuaian harapan dengan apa yang diterima.

Tabel III. 4

Skala untuk Mengukur *Customer Satisfaction* (Suhud & Wibowo, 2016, p. 63)

Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi
<i>I was pleased to dine in at this restaurant</i>	Saya merasa senang mencoba kuliner angkringan di kota Yogyakarta.

Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi
<i>I think I made the correct decision to attend this restaurant</i>	Saya merasa telah membuat keputusan tepat untuk mencoba kuliner angkringan di kota Yogyakarta.
<i>The overall feeling I got from this restaurant was satisfying</i>	Secara keseluruhan, kuliner angkringan di kota Yogyakarta membuat saya merasa puas.
<i>The overall feeling I got from this restaurant put me in a good mood</i>	Secara keseluruhan, kuliner angkringan di kota Yogyakarta membuat suasana hati saya membaik.
<i>I really enjoyed myself at this restaurant</i>	Saya sangat menikmati kuliner angkringan di kota Yogyakarta.

e. *Revisit Intention*

Definisi Adaptasi: Perilaku positif dari para wisatawan yang telah mengunjungi kuliner angkringan di kota Yogyakarta, yang menimbulkan rasa untuk mengunjungi atau mencoba kembali kuliner angkringan yang berada di kota istimewa, Yogyakarta.

Tabel III. 5

Skala untuk Mengukur *Revisit Intention* (Suhud & Wibowo, 2016, p. 64)

Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi
<i>I would like to come back to this restaurant in the future</i>	Saya akan senang jika kembali mencoba kuliner angkringan di Yogyakarta.
<i>I would recommend this restaurant to my friends or others</i>	Saya akan mengajak teman atau kerabat untuk mencoba kuliner angkringan di Yogyakarta.
<i>I would more frequently visit this restaurant</i>	Saya akan selalu mendatangi tempat kuliner angkringan setiap kali berkunjung ke Yogyakarta.
<i>I would consider dining in this restaurant</i>	Saya akan mempertimbangkan mencoba kembali kuliner angkringan di Yogyakarta saat berkunjung kembali.
<i>I would say positive things about this restaurant to other</i>	Saya akan berkomentar positif tentang kuliner angkringan yang ada di Yogyakarta kepada teman atau kerabat.

2. Skala Pengukuran

Skala yang akan digunakan untuk mengukur tingkat pernyataan responden dalam penelitian ini adalah Likert *type-scale*, yaitu skala pengukuran yang tingkatan yaitu “sangat tidak setuju” untuk poin terendah, dan “sangat setuju” untuk poin tertinggi (Malhotra, 2010).

Nugroho *et al.* (2019, p. 53) untuk menghindari jawaban netral dari para responden, maka skala Likert *type-scale* pada penelitian disarankan untuk menggunakan skala genap dengan jumlah respon terdiri dari 6 poin skor, maka dari itu penelitian ini akan menggunakan poin skor tertinggi 6. Berikut adalah kategori penilaian setiap poin skor yang akan digunakan untuk penelitian ini :

Tabel III. 6

Penilaian Likert *type-scale*

Kriteria Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Sedikit Tidak Setuju	3
Sedikit Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sumber: Nugroho *et al.* (2019)

E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer merupakan data yang akan didapatkan oleh peneliti dari penyebaran kuesioner kepada 200 responden. Responden yang dimaksud adalah para wisatawan lokal yang minimal dua kali pernah ke mengunjungi Daerah Istimewa Yogyakarta serta mencoba kuliner angkringan yang berada di kota Yogyakarta.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan metode analisis multivariat, dengan jenis metode yaitu *Structural Equation Model* (SEM). Penggunaan SEM dalam penelitian ini diharapkan dapat meneliti hubungan antar beberapa variabel yang ada pada penelitian ini akan di teliti secara bersamaan. Dalam mengolah model penelitian *Structural Equation Model* (SEM) penelitian ini akan menggunakan AMOS versi 24 sebagai program aplikasi untuk SEM, selain itu program aplikasi statistik yaitu SPSS juga turut dimanfaatkan untuk membuat penelitian ini.

1. Uji Validitas

Sebuah uji yang dilakukan untuk menilai apakah indikator-indikator dalam penelitian dapat dikatakan layak atau tidak. Yang akan dilakukan untuk melihat apakah terdapat adanya keterkaitan serta kevaliditasan pada penelitian ialah analisis faktor. Analisis faktor terdiri dari dua jenis analisis, yaitu *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Kegunaan dari faktor analisis EFA adalah analisis untuk melihat keterkaitan antara variabel indikator dengan variabel laten. Sedangkan untuk CFA adalah analisis yang digunakan untuk menguji apakah indikator-indikator yang sudah dikelompokkan berdasarkan variabel latennya, apakah konstan berada pada konstruksinya.

2. Uji Reliabilitas

Sebuah uji yang digunakan untuk mengukur apakah variabel atau kelompok variabel yang diteliti menunjukkan nilai “benar” dan bebas dari kesalahan” (Ghozali, 2013). Variabel-variabel penelitian dapat dikatakan reliabel ketika instrumen yang diuji menunjukkan kestabilan pada hasil yang relatif serupa walaupun pengukuran dilakukan kembali.

Uji reliabilitas penelitian ini akan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Metode *Cronbach Alpha* merupakan penilaian ukuran dengan nilai reliabilitas dari 0 sampai 1 (Ghozali, 2013), dengan penjelasan masing-masing hasil penilaian sebagai berikut:

- a. Jika $\alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna
- b. Jika α antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi
- c. Jika α antara 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat
- d. Jika $\alpha < 0,50$ maka reliabilitas rendah

Jika semakin kecil nilai alpha maka menunjukkan bahwa terdapat banyak item yang tidak reliabel. Standar yang digunakan untuk mendapatkan hasil penelitian yang sangat memuaskan nilai alpha harus lebih dari 0.70. Untuk mendapatkan perhitungan diatas, berikut adalah rumus untuk *Cronbach Alpha* :

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

r_{11} = reliabilitas instrumen

σ_b^2 = jumlah varian butir

k = banyaknya butir pertanyaan

σ_t^2 = jumlah varian total

Tabel III. 7

**Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas pada Indikator Penelitian
(Pilot Study)**

<i>Variables</i>	<i>Factor Loading</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Food Quality		.620
FQ2 Makanan/minuman memiliki nutrisi yang baik.	.839	
FQ6 Tampilan makanan dan minuman menggugah selera.	.752	
FQ5 Makanan/minuman memiliki aroma yang sedap	.625	
FQ1 Makanan/minuman memiliki rasa yang enak	.479	
Customer Expectation		.566
CE4 Saya mengharapkan ketersediaan berbagai jenis makanan dan minuman yang ada di Angkringan kota Yogyakarta.	.802	
CE2 Saya berharap merasakan perasaan berbeda saat mengunjungi Angkringan di Yogyakarta	.694	
CE1 Saya berharap dapat menikmati pemandangan kota Yogyakarta saat mengunjungi Angkringan	.679	
CE3 Saya mengharapkan kenyamanan dan keamanan saat mengunjungi Angkringan di kota Yogyakarta	.481	
Perceived Quality of Service		.792
PQS2 Pelayanan pada Angkringan memiliki kualitas yang lebih baik dari yang saya harapkan.	.868	
PQS3 Pelayanan pada Angkringan memiliki kualitas seperti pelayanan seharusnya.	.851	
PQS1 Pelayanan pada Angkringan ternyata memiliki kualitas yang sangat baik.	.802	
Customer Satisfaction		.878
CS5 Saya sangat menikmati kuliner Angkringan di Yogyakarta.	.927	
CS1 Saya merasa senang mengunjungi kuliner Angkringan di kota Yogyakarta.	.856	

<i>Variables</i>	<i>Factor Loading</i>		<i>Cronbach's Alpha</i>
CS3 Saya merasa puas terhadap kuliner Angkringan di Yogyakarta secara keseluruhan.	.793		
CS2 Saya merasa telah membuat keputusan tepat mengunjungi kuliner Angkringan di kota Yogyakarta.	.785		
CS4 Suasana hati saya membaik ketika mengunjungi kuliner Angkringan di Yogyakarta.	.757		
Revisit Intention			.584
RI1 Saya akan senang jika kembali mengunjungi kuliner Angkringan di Yogyakarta.	.877		
RI2 Saya akan mengajak teman atau kerabat untuk mengunjungi kuliner Angkringan di Yogyakarta.	.828		
RI3 Saya akan selalu mendatangi Angkringan setiap kali ke Yogyakarta.	.783		
RI5 Saya akan berkomentar positif tentang kuliner Angkringan di Yogyakarta kepada teman atau kerabat.	.733	.460	
RI4 Saya akan mempertimbangkan mengunjungi kembali Angkringan, saat berkunjung kembali ke Yogyakarta		.932	

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2020)

Berdasarkan Pilot Studi yang dilakukan oleh Peneliti maka indikator pada penelitian menunjukkan hasil yang memuaskan. Pada setiap uji validitas indikator variabel penelitian memiliki nilai yang dapat dikatakan layak untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

Kemudian untuk hasil pengujian realibilitas dengan metode *Cronbach Alpha*, untuk variabel *Perceived Quality of Service* dan *Customer Satisfaction* memiliki nilai alpha dengan reliabilitas tinggi, yaitu nilai diatas 0,70. Sedangkan untuk variabel *Food Quality*, *Customer Expectation* dan *Revisit Intention* memiliki nilai reliabilitas moderat, walaupun hasil pengujian pada ketiga variabel hanya menghasilkan reliabilitas moderat, diperkuat oleh Ghazali (2013) uji reliabilitas yang nilainya reliabilitasnya moderat tetap dapat digunakan untuk sebuah penelitian selama nilai pada uji validitasnya baik.

3. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program aplikasi AMOS versi 24. Hair *et al.* (2013) membagi tiga pengukuran *goodness of fit indices* pada

SEM untuk menguji model penelitian yaitu *absolute fit indices*, *incremental fit indices* dan *parsimony fit indices*. Berikut adalah alat ukur yang akan dipakai untuk penelitian ini:

1. *Absolute Fit Indices*

Absolute Fit Indices merupakan penilaian langsung apakah model penelitian yang diamati dapat menghasilkan data yang efisien. Alat ukur dari *absolute fit indices* yang akan digunakan antara lain :

a. *Goodness of Fit Index (GFI)*

Merupakan alat ukur yang menunjukkan nilai ketepatan suatu model. Rentang nilai dari GFI adalah 0 hingga 1, namun apabila menghasilkan nilai lebih tinggi dari 0,90 maka uji menunjukkan ketepatan yang baik.

b. *Root Mean Square Error of Approximation*

Merupakan alat ukur yang menunjukkan kecocokan antara model dengan populasi. Suatu model akan dikatakan cocok (*good fit*) apabila memiliki nilai RMSEA kurang dari 0,08 namun model akan dikatakan *close fit* apabila nilainya kurang atau sama dengan 0,05.

c. *Chi-Square : Degree of Freedom (CMIN/DF)*

Merupakan alat ukur menunjukkan penerimaan model dengan penghitungan *Chi-Square* (CMIN) dibagi dengan *Degree of Freedom* (DF). Nilai yang diharapkan dari uji ini adalah kurang dari atau sama dengan 0,20.

2. *Incremental Fit Indices*

Incremental Fit Indices merupakan penilaian apakah model yang sedang diteliti dapat dikatakan baik saat dibandingkan dengan model dasar sebagai acuan penelitian.

Alat ukur Incremental Fit Indices yang akan digunakan antara lain:

a. *Tucker Lewis Index (TLI)*

Merupakan nilai yang diharapkan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model, dengan hasil nilai sebesar lebih dari atau sama dengan 0,95 atau nilai yang mendekati 1,0 maka uji ini akan dikatakan *a very good fit*.

b. *Comparative Fit Index (CFI)*

Merupakan uji yang menunjukkan nilai tingkat penerimaan model dengan rentang nilai 0 sampai 1, dengan harapan nilai sebesar lebih dari atau sama dengan 0,95 untuk mencapai *good fit*. Hasil CFI tidak terpengaruh oleh ukuran sampel, maka uji ini sangat baik untuk menilai tingkat penerimaan model penelitian.

c. *Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)*

Merupakan penyesuaian dari GFI terhadap DF, yaitu nilai rekomendasi untuk tingkat penerimaan model, apabila nilai sama dengan atau lebih dari 0,90.

Pengujian model lain, yaitu *parsimony fit indices* berfungsi sebagai perbandingan nilai keseluruhan model dan menentukan model yang terbaik. Dengan ini, pengujian penelitian menggunakan indeks-indeks yang telah dirangkum pada tabel dibawah ini :

Tabel III. 8

Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-Off Value</i>
Probabilitas	$\geq 0,05$

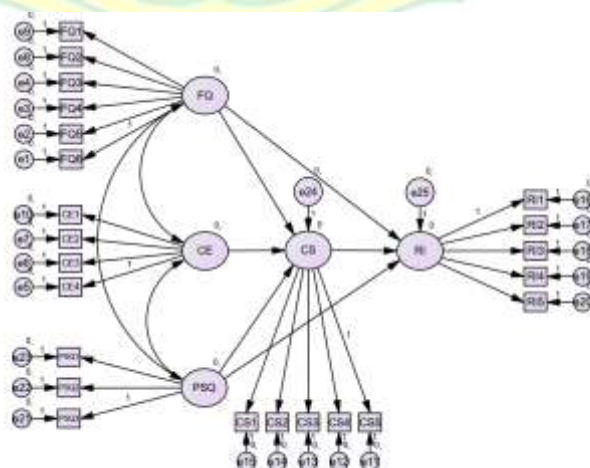
<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-Off Value</i>
GFI	$\geq 0,90$
RMSEA	$\leq 0,08$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$
AGFI	$\geq 0,90$

Sumber : Hair *et al.* (2013)

Setelah pengujian Goodness of Fit Indices dilakukan, penelitian ini akan melanjutkan untuk melakukan uji hipotesis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan antar variabel, uji yang akan dilakukan adalah *standardized total effects*.

Pengujian akan memperhatikan t-values antar variabel yang dibandingkan dengan t-tabel (nilai kritisnya). 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.

Berikut adalah penggambaran model SEM menggunakan perangkat lunak AMOS versi 24:



Gambar III. 1 Permodelan SEM versi 24

Sumber : Data diolah Peneliti (2020)