

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini berlangsung selama lima bulan, yaitu dimulai pada bulan April 2020 sampai dengan bulan Agustus 2020. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk dilakukan penelitian, karena jadwal peneliti sudah tidak padat, sehingga dapat memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada restoran Solaria. Alasan peneliti memilih restoran Solaria agar data yang diperoleh oleh peneliti bisa akurat. Target responden pada penelitian ini adalah pelanggan restoran Solaria yang sebelumnya pernah melakukan kunjungan/pembelian lebih dari 2 (dua) kali selama tahun 2020.

Penelitian ini dilakukan secara langsung di restoran Solaria dan melakukan penyebaran kuesioner online melalui *Google Form* yang disebar kepada pelanggan solaria dengan ketentuan yang sudah dijelaskan di atas dengan tujuan untuk mempersingkat waktu dan menghemat biaya penelitian.

B. Pendekatan Penelitian

1. Metode

Metode penilitan menurut Suryani (2017: 2) merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono Sugiyono (2015: 14) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan pendekatan induktif.

Desain atau metode penelitian yang di gunakan oleh peneliti adalah deskriptif dan kausal. Menurut Malhotra (2015: 88) riset deskriptif merupakan jenis riset konklusif yang memiliki tujuan utama menguraikan suatu karakteristik. Sedangkan riset kausal bertujuan untuk memperoleh bukti hubungan sebab akibat antara variabel independen terhadap variabel dependen.

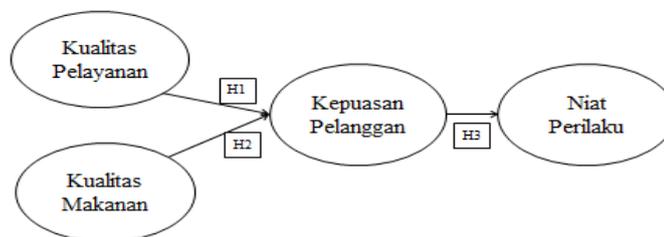
Pada penelitian ini, penelitian deskriptif digunakan untuk mengetahui dan dapat menjelaskan karakteristik dari tiap variabel yang diteliti dalam suatu keadaan yaitu untuk mendapatkan deskripsi dari variabel Kualitas Peyananan, Kualitas Makanan, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Perilaku. Sedangkan penelitian kasual.

2. Kontelasi Hubungan Antara Variabel

Berdasarkan dengan hasil hipotesis yang di rumuskan, maka:

1. Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
2. Terdapat pengaruh positif antara kualitas makanan dan kepuasan pelanggan.
3. Terdapat pengaruh positif antara kepuasan pelanggan dan niat perilaku.

Maka, kontelasi hubungan antar variabel pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.3 Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Keterangan:

Variabel bebas (X1) : Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Variabel bebas (X2) : Kualitas Makanan (*Food Quality*)

Variabel terikat (Y) : Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Variabel terikat (Z) : Niat Perilaku (*Behavioral Intention*)

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2014: 215) merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian dapat menarik kesimpulan.

Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan restoran Solaria. Hal tersebut dikarenakan agar peneliti bisa memperoleh hasil data yang akurat. Setelah peneliti melakukan survei awal melalui penyebaran kuesioer kepada pelanggan Solaria, maka diperoleh hasil bahwa pelanggan solaria merasa puas dan melakukan kunjungan kembali ke restoran dalam jangka waktu selama enam bulan terakhir.

2. Sampel

Menurut Suryani (2017: 192) sampel diartikan sebagai bagian dari populasi yang di gunakan untuk diteliti dan hasil dari penelitiannya dijadikan sebagai representasi dari populasi secara menyeluruh. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah teknik *purposive sampling* termasuk dalam *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2013: 68) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Pada penelitian ini, sampelnya adalah pelanggan restoran Solaria yang merasa puas dan berkunjung kembali ke restoran tersebut selama enam bulan terakhir. Sampel yang diambil untuk penelitian ini sejumlah (kurang lebih)

sebanyak 200 sampel pelanggan dengan ketentuan pernah berkunjung minimal dua kali kunjungan selama enam bulan terakhir.

Menurut Hair Joseph F. et al. (2014: 573) ada beberapa hal yang bisa 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 variabel bentukan. Jumlah sampel adalah jumlah indikator variabel 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 Joseph F. et al. (2014: 157) 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 responden.

D. Penyusunan Instrumen

Menurut Malhotra (2015: 183) variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel alternatif yang dimanipulasi (tingkat variabel diubah-ubah oleh peneliti) dan efeknya diukur serta dibandingkan. Variabel bebas pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan (*service quality*), dan kualitas makanan (*food quality*).

Kemudian, variabel terikat atau variabel dependen menurut Malhotra (2015: 184) diartikan sebagai variabel yang dapat mengukur variabel independen terhadap unit uji. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dan niat perilaku (*behavioral intention*).

1. Niat Perilaku (Variabel Z)

a. Definisi konseptual Niat Perilaku

Niat perilaku merupakan bentuk tindakan yang timbul dari pelanggan setelah berkunjung ke restoran ketika merasa puas maka pelanggan akan datang kembali, memberitahu informasi tentang restoran tersebut kepada orang lain, serta merekomendasikan restoran tersebut.

a. Instrumen Niat Perilaku

Niat perilaku yang diujicobakan untuk mengukur variabel niat perilaku. Instrumen ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji realibilitas. Instrumen dapat dilihat pada tabel.

Tabel 3.3 Instrumen Niat Perilaku

Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Come back to this restaurant in the future.</i>	Datang kembali ke restoran Solaria di masa depan.	Ryu et al. (2012)
<i>Consider revisiting this restaurant in the future.</i>	Mempertimbangkan untuk berkunjung kembali ke restoran Solaria di masa depan.	
<i>Recommend this restaurant to my friends or others.</i>	Merekomendasikan restoran Solaria kepada teman saya dan orang lain.	
<i>Say positive things about this restaurant to others.</i>	Mengatakan hal yang positif mengenai restoran Solaria kepada orang lain.	
<i>Encourage others to visit this restaurant.</i>	Mendorong orang lain untuk berkunjung ke restoran Solaria.	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

2. Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)

a. Definisi konseptual Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan diartikan sebagai merupakan pengukuran tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang telah dibelinya, sehingga setelahnya akan menimbulkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang jika merasa puas terhadap produk atau jasa tersebut, dan sebaliknya jika merasa kecewa maka pelanggan tidak akan melakukan pembelian produk yang sama.

b. Instrumen Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan yang diujicobakan untuk mengukur Variabel niat perilaku. Instrumen ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji realibilitas. Instrumen dapat dilihat pada tabel.

Tabel 3.4 Instrumen Kepuasan Pelanggan

Indikator	Pernyataan	Sumber
<i>Satisfied with dining.</i>	Saya merasa puas dengan makanan dan minuman restoran Solaria. bijak.	Qin et al. (2010)
<i>Wise choice.</i>	Memebeli makanan dan minuman di restoran Solaria merupakan pilihan yang bijak.	
<i>Right thing.</i>	Membeli makanan dan minuman di restoran Solaria merupakan hal yang tepat.	
<i>Enjoyable experience</i>	Berkunjung ke restoran Solaria menjadi pengalaman yang menyenangkan.	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

3. Kualitas Pelayanan (Variabel X1)

a. Definisi Konseptual Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah penilaian dari keseluruhan tindakan yang diberikan oleh perusahaan melalui karyawan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kesesuaian ketika konsumen menerima pelayanan tersebut.

b. Instrumen Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang diujicobakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan. Instrumen ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji realibilitas. Instrumen dapat dilihat pada tabel.

Tabel 3.5 Instrumen Kualiatas Pelayanan

Indikator	Pernyataan	Sumber
<i>Clean dining area .</i>	Ruang makan pada restoran Solaria terlihat bersih.	Qin et al. (2010)
<i>Well-dressed employees.</i>	Karyawan restoran Solaria terlihat berpakaian rapi.	
<i>Seating availability.</i>	Restoran Solaria menyediakan tempat duduk yang banyak untuk pelanggan.	
<i>Parking availability.</i>	Restoran Solaria menyediakan lahan parkir untuk pelanggan.	
<i>Friendly employees.</i>	Karyawan restoran Solaria bersikap ramah.	
<i>Knowledgeable employees.</i>	Karyawan restoran Solaria memiliki pengetahuan luas mengenai menu yang tersedia.	
<i>Feel safe for financial transactions</i>	Saya merasa aman ketika membayar di restoran Solaria.	
<i>Providing service as promised.</i>	Restoran Solaria menyediakan layanan	

sesuai dengan yang
dijanjikan.

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

4. Kualitas Makanan (Variabel X2)

a. Definisi Konseptual Kualitas Makanan

Kualitas makanan merupakan elemen cukup penting dan cara yang di gunakan untuk bisa mencapai keberhasilan dalam bidang usaha kuliner seperti restoran. Di dalam kualitas makanan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas makanan didalamnya.

b. Instrumen Kualitas Makanan

Kualitas makanan yang diujicobakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan. Instrumen ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji realibilitas. Instrumen dapat dilihat pada tabel.

Tabel 3.6 Instrumen Kualitas Makanan

Indikator	Pernyataan	Sumber
<i>Taste and flavored food</i>	Restoran menyajikan makanan yang enak dan penuh cita rasa .	Solaria Dwaikat et al. (2019)
<i>Healty food</i>	Restoran menyajikan makanan dan minuman yang sehat.	Solaria
<i>Variety of food</i>	Restoran menyajikan makanan dan minuman yang bervariasi.	Solaria

<i>Fresh and hot food</i>		Restoran Solaria menyajikan minuman dan makanan yang segar dan masih panas ketika di hidangkan.
<i>Aroma</i>		Makanan di restoran Solaria memiliki aroma yang nikmat.
<i>Attractive appearance</i>	<i>food</i>	Penyajian mkanan di restoran Solaria menarik secara visual.
<i>Consistency texture</i>	<i>food</i>	Tingkat kematangan dan tekstur pada makanan di restoran Solaria disajikan dengan tepat.
<i>Providing service as promised.</i>		Restoran Solaria menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.

Sumber: Diolah oleh Peneliti

5. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2015: 133) skala pengukuran merupakan 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.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dengan skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2015: 134) 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. 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 3.7 Skala Pengukuran *Likert* Genap

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

Sumber: Simamora (2008)

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah metode survei dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Menurut Sugiyono (2014: 81) metode survei merupakan penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu,

teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Alasan peneliti memilih metode survei karena metode survei dapat menggambarkan secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui secara deskriptif hasil dari penelitian yang diperoleh melalui instrumen yang telah diberikan kepada sampel yang dipilih. Pendekatan teknik analisis deskriptif dalam hal ini antara lain penyajian data melalui tabel atau grafik serta perhitungan data dengan menggunakan frekuensi dan penggunaan persentase. Menurut Sugiyono (2015: 207), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

2. Uji Validitas

Dalam penelitian ini salah satu uji yang dilakukan adalah uji validitas. Menurut Malhotra (2015: 262) skala validitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan sejati antara objek-objek pada karakteristik yang sedang diukur, daripada *error* sistematis atau acak. Uji validitas yang digunakan untuk mengetahui

kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.

Menurut Malhotra (2015: 263) 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 (2015: 226), validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan 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 (*Confirmation Factor Analysis*).

Menurut (Hair Joseph F. et al., 2014: 117) 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 3.8 Nilai *Loading Significant EFA* Berdasarkan Jumlah Sampel

Faktor Loading	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 Joseph F. et al. (2014)

3. Uji Reliabilitas

Menurut Hair Joseph F. et al. (2014: 123) reabilitas adalah penilaian tingkat konsistensi antara beberapa pengukuran variabel. Salah satu bentuk reliabilitas adalah tes-tes ulang, dimana konsistensi diukur antara respon untuk seorang individu pada dua titik waktu. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa tanggapan tidak terlalu bervariasi antar periode waktu sehingga pengukuran yang diambil pada titik waktu mana pun dapat reliabel. Pada penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan teknik *cronbach's alpha* (α) 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 adalah baik. Rumus *cronbach's alpha* dituliskan sebagai berikut:

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

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas instrument.

σb^2 = Jumlah varians butir.

k = Banyaknya butir pertanyaan.

σt^2 = Jumlah varians total.

4. Uji Hipotesis

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan software AMOS 21. Menurut Sugiyono (2013: 323), 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 16 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari paket statistik AMOS versi 21 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 bisa 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 *chisquare* 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 signifikan 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 Room 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 relatif, digunakan untuk membandingkan 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 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 adalah untuk melakukan adjustment terhadap pengukuran fit untuk dapat dibandingkan antar model dengan jumlah koefisien yang berbeda.

Tabel 3.9 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	$\geq 0,95$
RMSEA	$\leq 0,08$

Sumber: Sanusi (2011)

5. Pilot Study

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan pilot study untuk mengujicobakan istrutrumen yang telah disusun dengan cara menyebar 50 kuesioner kepada responden yang sudah mengunjungi restoran solaria selama dua kali dalam enam bulan terakhir.

Menurut Daniel&Sam (2011: 137) pilot study adalah suatu percobaan penelitian dalam lingkup yang kecil guna untuk melihat hasil dari peneliti yang nantinya akan diteliti secara besar. 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.

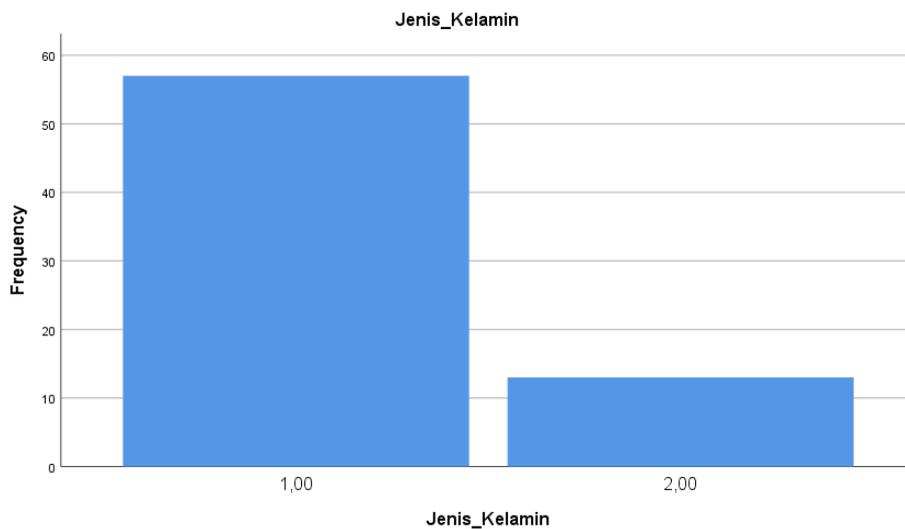
a. Deskripsi Data

1. Jenis Kelamin

Tabel 3.10 Jenis Kelamin Pelanggan Solaria

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Perempuan	35	70%
2.	Laki-Laki	15	30%
	Total	50	100%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti



Gambar 3.4 Diagram Jenis Kelamin Pelanggan Solaria

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

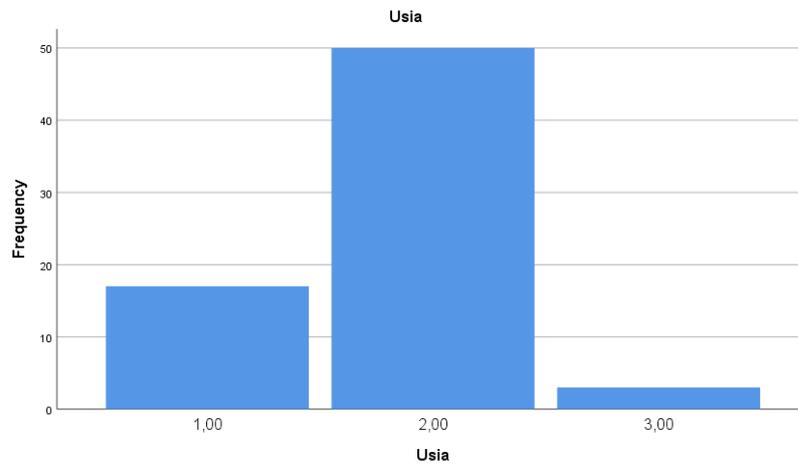
Berdasarkan tabel diatas Pelanggan yang mengunjungi restoran Solaria dominan berjenis kelamin perempuan sebanyak 35 responden atau 35%.

2. Usia

Tabel 3.11 Usia Pelanggan Solaria

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	20tahun	4	8%
2.	21 tahun	23	46%
3.	22 tahun	4	8%
4.	23 tahun	2	4%
5.	24 tahun	6	12%
6.	25 tahun	4	8%
7.	26 tahun	1	2%
8.	27 tahun	2	4%
9.	28 tahun	2	4%
10.	29 tahun	2	4%
	Total	50	100%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti



Gambar 3.5 Diagram Usia Pelanggan Solaria

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

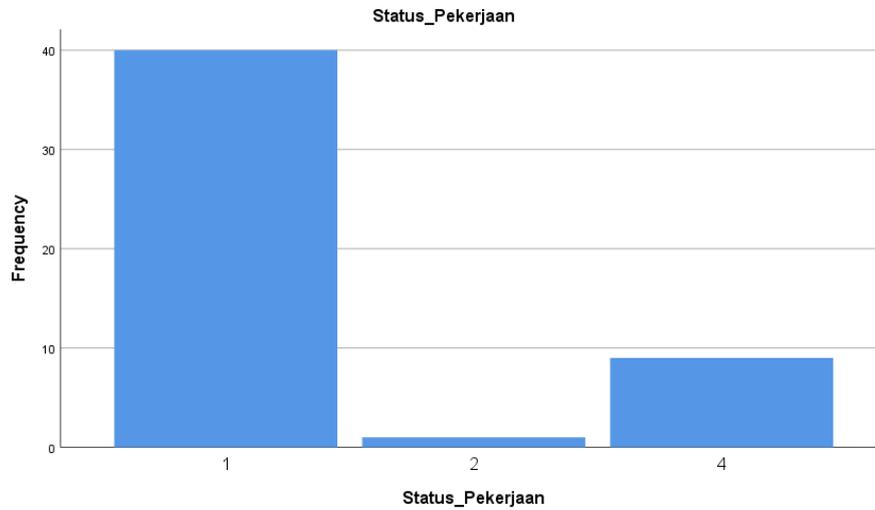
Berdasarkan dengan tabel diatas, Pelanggan yang mengunjungi restoran Solaria dominan berusia 21 tahun sebanyak 23 responden atau 46%.

3. Pekerjaan

Tabel 3.12 Status Pekerjaan Pelanggan Solaria

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	40	80%
2.	Tidak bekerja	1	2%
3.	PNS	-	-
4.	Karyawan Swasta	9	18%
5.	Pensiunan	-	-
6.	Ibu Rumah Tangga	-	-
	Total	50	100%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti



Gambar 3.6 Diagram Status Pekerjaan Pelanggan Solaria

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

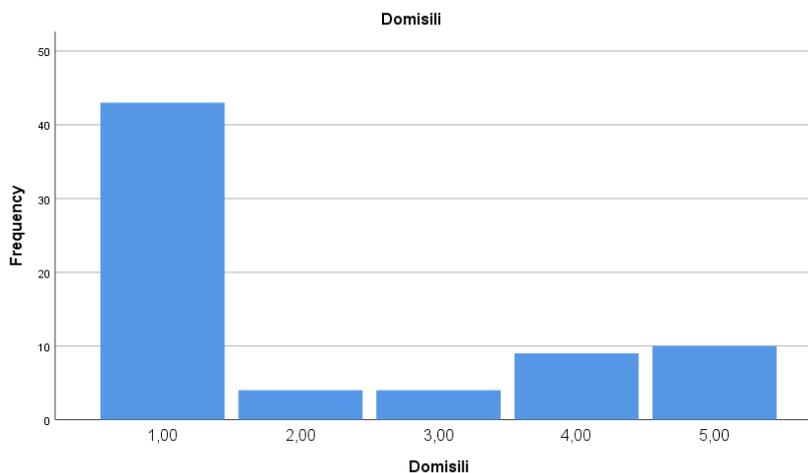
Berdasarkan dengan tabel diatas Pelanggan yang mengunjungi restoran Solaria dominan adalah Pelajar atau Mahasiswa sebanyak 40 responden atau 80%.

4. Domisili

Tabel 3.13 Domisili Pelanggan Solaria

No.	Domisili	Jumlah	Persentase
1.	Jakarta	32	64%
2.	Bogor	1	2%
3.	Depok	1	2%
4.	Tangerang	-	-
5.	Bekasi	16	32%
	Total	50	100%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti



Gambar 3.7 Diagram Domisili Pelanggan Solaria

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Berdasarkan dengan tabel diatas Pelanggan yang mengunjungi restoran Solaria dominan adalah Pelanggan yang berdomisili di Jakarta sebanyak 32 responden atau 64%.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Variabel Niat Berperilaku (*Behavioral Intention*)

Tabel 3.14 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Niat Perilaku

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,731
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	93,193
	Df	10
	Sig.	,000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Menurut J. F. Jr et al. (2019: 137) nilai tinggi KMO MSA antara >0.5 dan *Bartlett's Test of Sphericity* (sig) <0.5 dinyatakan bahwa analisis faktor telah cukup. Hasil KMO MSA variabel niat perilaku berdasarkan tabel 3.14 yaitu sebesar 0.731 atau mencapai >0.5 dan hasil *Bartlett's Test of Sphericity*

yaitu sebesar 0.000 atau kurang dari <0.5 . Maka, analisis faktor telah mencukupi.

Tabel 3.15 Hasil Eigenvalues Variabel Niat Perilaku

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	1	2,919	58,376	58,376	2,919	58,376
2	,828	16,554	74,930			
3	,594	11,886	86,815			
4	,451	9,023	95,839			
5	,208	4,161	100,000			

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Berdasarkan dengan teori pada bab dua, niat perilaku memiliki tiga dimensi. Sedangkan dalam hasil *pilot study* yang dilakukan Peneliti menggunakan *exploratory factor analysis* menunjukkan bahwa variabel niat berperilaku (*behavioral intention*) tidak memiliki dimensi. Menurut Jr et al. (2019:141) suatu faktor dapat terbentuk jika memberikan nilai *eigenvalues* >1 . Berdasarkan tabel 3.14 hasil penelitian diatas, dari total lima item penelitian, hanya ada satu item yang memiliki *eigenvalues* >1 , yaitu *component* satu dengan nilai *eigenvalues* 2.919, maka dapat dinyatakan bahwa variabel niat perilaku hanya memiliki satu faktor atau tidak memiliki dimensi.

Tabel 3.16 Hasil Factor Loading dan Cronbach' Alpha Variabel Niat Perilaku (*Customer Satsifaction*)

Nama	Pernyataan	Factor Loading
		1
BI3	Saya akan merekomendasikan restoran Solaria kepada teman saya dan orang lain	.882
BI5	aya akan mendorong orang lain untuk berkunjung ke restoran Solaria setelah masa pandemi ini berakhir.	.791
BI2	Saya akan mempertimbangkan untuk berkunjung kembali ke restoran Solaria di masa depan setelah masa pandemi ini berakhir.	.718
BI1	Saya akan datang kembali ke restoran Solaria di masa depan setelah masa pandemi ini berakhir.	.708
BI4	Saya akan mengatakan hal yang positif mengenai restoran Solaria kepada orang lain.	.706
Cronbach's Alpha		.806

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Terdapat lima item dalam variabel niat perilaku, berdasarkan tabel 3.16 dengan keseluruhan *factor loading* melebihi dari >0.4 yang dinyatakan bahwa seluruh item tersebut dikatakan valid. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* >0.70 . *Cronbach's Alpha* dari variabel niat perilaku yaitu 0.806 maka dapat dinyatakan reliabel.

2. Variabel Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Tabel 3.17 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,782
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	71,036
	Df	6
	Sig.	,000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Menurut Jr et al. (2019:137) nilai tinggi KMO MSA antara >0.5 dan *Bartlett's Test of Sphericity* (sig) <0.5 menyatakan bahwa analisis faktor telah cukup. Hasil KMO MSA variabel kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) berdasarkan tabel 3.17 yaitu sebesar 0.782 atau mencapai >0.5 dan hasil *Bartlett's Test of Sphericity* yaitu sebesar 0.000 atau kurang dari <0.5 . Maka analisis faktor telah mencukupi.

Tabel 3.18 Hasil Eigenvalues Variabel Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)

Component	Total	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings		
		% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,651	66,265	66,265	2,651	66,265	66,265
2	,599	14,975	81,240			
3	,426	10,649	91,889			
4	,324	8,111	100,000			

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Berdasarkan dengan teori pada bab dua, kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) memiliki empat dimensi. Sedangkan dalam hasil *pilot study* yang dilakukan Peneliti menggunakan *exploratory factor analysis* menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) tidak memiliki dimensi. Menurut Jr et al. (2019:141) suatu faktor dapat terbentuk jika memberikan nilai *eigenvalues* >1. Berdasarkan tabel 3.18 hasil penelitian diatas, dari total lima item penelitian, hanya ada satu item yang memiliki *eigenvalues* >1, yaitu *component* satu dengan nilai *eigenvalues* 2,652, maka dapat dinyatakan bahwa variabel kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) hanya memiliki satu faktor atau tidak memiliki dimensi.

Tabel 3.19 Hasil Factor Loading dan Cronbach' Alpha Variabel Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)

Nama	Pernyataan	Factor Loading
		1
CS4	Berkunjung ke restoran Solaria menjadi pengalaman yang menyenangkan.	.869
CS2	Membeli makanan dan minuman di restoran Solaria merupakan pilihan yang bijak.	.822
CS1	Saya merasa puas dengan makanan dan minuman restoran Solaria.	.804
CS3	Membeli makanan dan minuman di restoran Solaria merupakan hal yang tepat.	.756
Cronbach's Alpha		.824

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Terdapat empat item dalam variabel kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) berdasarkan tabel 3.19 dengan keseluruhan *factor loading* melebihi dari >0.4 yang menyatakan bahwa seluruh item tersebut dikatakan valid. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai

Cronbach's Alpha >0.70. *Cronbach's Alpha* dari variabel kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yaitu 0.824 maka dapat dinyatakan reliabel.

3. Variabel Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Tabel 3.20 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,913
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	260,620
	Df	28
	Sig.	,000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Menurut J. F. H. Jr et al. (2019: 137) nilai tinggi KMO MSA >0.5 dan *Bartlett's Test of Sphericity* (sig) <0.5 menyatakan bahwa analisis faktor telah cukup. Hasil KMO MSA variabel pelayanan (*service quality*) berdasarkan tabel 3.20 yaitu sebesar 0.913 atau mencapai >0.5 dan hasil *Bartlett's Test of Sphericity* yaitu sebesar 0.000 atau kurang dari <0.5. Hal tersebut berarti analisis faktor telah mencukupi.

Tabel 3.21 Hasil Eigenvalues Kualitas Pelayanan (*service Quality*)

Compon ent	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,283	66,039	66,039	5,283	66,039	66,039
2	,710	8,880	74,920			
3	,559	6,986	81,905			
4	,453	5,657	87,563			
5	,318	3,978	91,540			
6	,271	3,384	94,924			

7	,241	3,011	97,935			
8	,165	2,065	100,000			

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Berdasarkan dengan teori pada bab dua, kualitas pelayanan (*service quality*) memiliki lima dimensi di dalamnya. Sedangkan hasil *pilot study* yang dilakukan peneliti menggunakan *exploratory factor analysis* menunjukkan bahwa variabel pelayanan (*service quality*) tidak memiliki dimensi. Menurut J. F. H. Jr et al. (2019: 141) suatu faktor dapat terbentuk jika memberikan nilai *eigenvalues* >1. Berdasarkan tabel 3.20 hasil penelitian diatas, dari total delapan item penelitian bahwa terdapat satu item yang memiliki nilai *eigenvalues* >1, yaitu *component* satu dengan nilai *eigenvalues* 5.283, maka dapat dinyatakan bahwa variabel pelayanan (*service quality*) hanya memiliki satu faktor atau tidak memiliki dimensi.

Tabel 3.22 Hasil Factor Loading dan Cronbach's Alpha Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Nama	Pernyataan	Factor Loading
		1
SQ8	Restoran Solaria menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.	.895
SQ4	Restoran Solaria menyediakan lahan parkir untuk pelanggan.	.864
SQ5	Karyawan restoran Solaria bersikap ramah.	.854
SQ3	Restoran Solaria menyediakan tempat duduk yang banyak untuk pelanggan.	.826
SQ7	Saya merasa aman ketika membayar di restoran Solaria.	.822
SQ6	Karyawan restoran Solaria memiliki pengetahuan luas mengenai menu yang tersedia.	.818

SQ1	Ruang makan pada restoran Solaria terlihat bersih.	.720
SQ2	Karyawan restoran Solaria terlihat berpakaian rapi	.680
Cronbach's Alpha		.926

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Terdapat delapan item dalam variabel Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) berdasarkan tabel 3.22 dengan keseluruhan *factor loading* melebihi dari >0.4 yang menyatakan bahwa seluruh item tersebut dikatakan valid. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* >0.70 . *Cronbach's Alpha* dari variabel pelayanan (*service quality*) yaitu 0.926 maka dapat dinyatakan reliabel.

4. Variabel Kualitas Makan (*Food Quality*)

Tabel 3.23 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Kualitas Makanan (*Food Quality*)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.731
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	311,966
	Df	21
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Menurut J. F. H. Jr et al. (2019: 137) nilai tinggi KMO MSA >0.5 dan *Bartlett's Test of Sphericity* (sig) <0.5 menyatakan bahwa analisis faktor telah cukup. Hasil KMO MSA variabel kualitas makanan (*food quality*) berdasarkan tabel III.22 yaitu sebesar 0.810 atau mencapai >0.5 dan hasil *Bartlett's Test of Sphericity* yaitu sebesar 0.000 atau kurang dari <0.5 . Hal tersebut berarti analisis faktor telah mencukupi.

Tabel 3.24 Hasil Eigenvalues Variabel Kualitas Makanan (*Food Quality*)

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	Loadings	
					% of Variance	Cumulative %
1	4,250	60,710	60,710	4,250	60,710	60,710
2	,952	13,595	74,306			
3	,816	11,655	85,961			
4	,566	8,084	94,044			
5	,290	4,142	98,187			
6	,108	1,543	99,730			
7	,019	,270	100,000			

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Berdasarkan dengan teori di bab dua, kualitas makanan (*food quality*) memiliki empat dimensi di dalamnya. Dari hasil *pilot study* yang dilakukan peneliti menggunakan *exploratory factor analysis* menunjukkan bahwa kualitas makanan (*food quality*) tidak memiliki dimensi. Menurut J. F. H. Jr et al. (2019: 141) suatu faktor dapat terbentuk jika memberikan nilai *eigenvalues* >1. Berdasarkan tabel 3.24 hasil penelitian diatas, dari total tujuh item penelitian bahwa ada satu item yang memiliki nilai *eigenvalues* >1, yaitu *component* satu dengan nilai *eigenvalues* 4.256, maka dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas makanan (*food quality*) hanya memiliki satu faktor atau tidak memiliki dimensi.

**Tabel 3.25 Hasil Factor Loading dan Cronbach's Alpha Variabel
Kualitas Makanan (*Food Quality*)**

Nama	Pernyataan	Factor Loading
		1
FQ2	Restoran Solaria menyajikan makanan dan minuman yang sehat.	.863
FQ6	Penyajian makanan di restoran Solaria menarik secara visual.	.843
FQ7	tingkat kematangan dan tekstur pada makanan di restoran Solaria disajikan dengan tepat.	.821
FQ3	Restoran Solaria menyajikan menu makanan dan minuman yang bervariasi.	.783
FQ4	Restoran Solaria menyajikan minuman dan makanan yang segar dan masih panas ketika di hidangkan.	.778
FQ5	Makanan di restoran Solaria memiliki aroma yang nikmat.	.712
FQ1	Restoran Solaria menyajikan makanan dan minuman yang enak dan penuh cita rasa.	.622
Cronbach's Alpha		.887

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Terdapat tujuh item dalam variabel kualitas pelayanan (*service quality*) berdasarkan tabel 3.24 dengan keseluruhan *factor loading* melebihi dari >0.4 yang menyatakan bahwa seluruh item tersebut dikatakan valid. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* >0.70 . *Cronbach's Alpha* dari variabel pelayanan (*service quality*) yaitu 0.877 maka dapat dinyatakan reliabel.