

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Kegiatan pengumpulan data merupakan tahap yang penting untuk mengetahui karakteristik dari elemen-elemen yang terkait dalam objek penelitian atau yang disebut sebagai populasi. Data tersebut akan digunakan dalam pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis. Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti atau *researcher* (Sekaran Uma, 2013: 240). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pengunjung Restoran Vegetarian Loving Hut Jalan Moses Gatotkaca Nomor A18, Yogyakarta.

Sampel dapat diartikan sebagai wakil atau sebagian dari populasi yang diambil untuk mewakili seluruh populasi untuk diteliti lebih lanjut. Menurut Sekaran (2013: 41) sampel adalah bagian dari suatu populasi. Untuk menentukan sebuah sampel, dapat ditentukan dengan perhitungan statistik dan atau dengan melakukan estimasi penelitian. Sampel harus mewakili seluruh karakteristik populasi yang diperlukan untuk menarik kesimpulan penelitian. Sampel tersebut hendaknya dapat ditarik menjadi sebuah kesimpulan yang digeneralisasi. Menurut Hair et al., dalam Prawira (2010 : 46) jumlah sampel minimal dapat diketahui dari 5 kali dari jumlah item pertanyaan yang ada pada kuisioner atau angket. Penelitian ini terdiri dari 2 variabel bebas yaitu variabel *food quality* dengan 4 indikator, *service quality* dengan 5 indikator, 1 variabel mediasi dan 1 variabel

terikat yaitu *revisit intention* dengan 2 indikator. Jumlah pertanyaan dalam penelitian ini yaitu 48 pertanyaan, sehingga minimal ukuran sampel yang diperoleh adalah :

$$48 \times 5 = 240$$

Jadi, jumlah sampel minimal pada penelitian ini adalah 240, namun untuk mengurangi adanya kekeliruan, diambil 250 sebagai sampel yang ditetapkan.

3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini bersumber dari data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama. Data primer secara khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan riset atau penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada sampel penelitian.

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus dijawab dan atau daftar isian yang harus diisi oleh responden. Responden akan menilai setiap pernyataan dengan menggunakan skala likert 5 poin, dari persepsi responden bahwa responden sangat tidak setuju, setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju ataupun sangat setuju yang ada dalam kuesioner.

Tabel 3.1

Pengukuran dengan skala likert 5 poin

Keterangan Jawaban	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Ragu-Ragu (RR)	4

Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Definisi Operasional merupakan segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga menghasilkan informasi yang kemudian dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012: 58). Definisi pengukuran dan pengukuran variabel dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. *Food Quality*

Potter dan Hotchkiss (1995) dalam Fiani dan Japariato (2012) menjelaskan bahwa *Food Quality* adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen. *Food Quality* menurut Barrett et al. (2010) dapat diukur dengan indikator: Warna dan penampilan, Rasa (*taste and aroma*), Tekstur, serta Nilai atau kandungan gizi.

b. *Service Quality*

Service quality menurut Othman & Owen (2001) dalam Pourkiani et al. (2014) adalah gambaran tingkat perbedaan antara persepsi dan harapan pelanggan dari layanan. *Service quality* menurut Kotler (2012: 284) dapat diukur berdasarkan indikator sebagai berikut: *Tangibles* atau Bukti Fisik, *Empathy* atau Empati, *Reliability* atau Keandalan, *Responsiveness* atau Daya Tanggap dan *Assurance* atau Jaminan.

c. E-WOM

E-WOM menurut Kotler (2012: 571) adalah pemasaran menggunakan internet untuk menciptakan efek berita dari mulut ke mulut untuk mendukung usaha dan tujuan pemasaran. Menurut Bambauer-Sachse dan Mangold (2011) E-WOM dapat diukur melalui enam item:

- 1) Sering membaca *review online* suatu produk untuk mengetahui produk/merek apa yang memberikan kesan bagus terhadap pelanggan.
- 2) Sering membaca *review online* suatu produk untuk memastikan bahwa produk/merek yang dibeli benar.
- 3) Sering mencari keterangan lewat *review online* sebuah produk untuk membantu memilih produk/merek yang benar.
- 4) Sering mengumpulkan informasi dari *review online* sebelum membeli produk/merek tertentu.
- 5) Mengkhawatirkan keputusan yang diambil jika tidak membaca *review online*-nya terlebih dahulu sebelum membeli sebuah produk/merek.
- 6) Ketika membeli sebuah produk/merek, *review online* tersebut memberikan keyakinan dalam membeli produk/merek tersebut.

d. *Revisit Intention*

Revisit intention menurut Huang et al., (2015) adalah kesediaan konsumen untuk mengunjungi kembali destinasi yang sama. Som dkk (2012) juga mengemukakan dua dimensi *revisit intention* atau niat untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi objek, yaitu: *The willingness to revisit* dan *Recommend it to others*.

3.4. Uji Instrumen Penelitian

Untuk menguji apakah daftar angket yang dibuat berdasarkan indikator-indikator yang ada dalam tiap variabel penelitian, baik itu untuk variabel bebas ataupun untuk variabel terikat, sah (*valid*) dan andal (*reliabel*) bila digunakan sebagai alat/ instrumen pengumpul data penelitian, maka digunakan dua alat uji, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Menurut Riduwan (2004), pengujian validitas instrumen dengan menguji validitas konstruksi (*construct validity*), maka dapat digunakan pendapat dari ahli (*judgment experts*). Setelah instrumen dikonstruksi tentang aspek-aspek yang akan diukur dengan menggunakan teori tertentu, maka selanjutnya dikonstruksikan dengan para ahli dengan cara dimintai pendapatnya tentang instrumen yang telah disusun. Pengujian validitas konstruksi dilakukan dengan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan antara skor item instrumen.

Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir, dengan rumus Pearson Product Moment (Riduwan, 2004):

$$r_{\text{hitung}} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{hitung} = Koefisiensi korelasi

X = Skor pertanyaan tiap nomor

Y = Skor total

n = Jumlah responden

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Hal ini ditunjukkan oleh taraf keajegan (konsistensi) skor yang diperoleh oleh para subjek yang diukur dengan alat yang sama, atau diukur dengan alat yang setara pada kondisi yang berbeda (Suryabrata, 2000). Dalam arti yang paling luas reliabilitas alat ukur menunjukkan kepada sejauh mana perbedaan-perbedaan skor perolehan itu mencerminkan perbedaan-perbedaan atribut yang sebenarnya.

Penelitian ini menggunakan metode Alpha untuk melakukan estimasi reliabilitas. Teknik untuk mengetahui reliabilitas seluruh tes dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Riduwan, 2004):

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = koefisien reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah varian skor tiap-tiap item

S_t = Varians total

k = Jumlah item

3.5. Teknik Analisis Data

3.5.1. Analisa Regresi Linear Berganda

Regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X_1) dan variabel terikat (Y). Persamaan regresi yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, karena variabel independen (variabel bebas) pada penelitian ini terdiri dari lebih dari satu. Maka rumus regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat/tergantung

X_1, X_2 : Variabel Bebas

a : Konstanta

b_1, b_2 : Koefisien regresi

Untuk melihat apakah pengaruh tersebut mempunyai arti yang signifikan atau tidak, maka perlu dilakukan Uji T dengan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Dengan taraf signifikansi 5 % dan derajat bebas $n - 1$, maka kriteria penolakan untuk uji t adalah: H_0 diterima apabila: $t_{\text{tabel}} \geq t_{\text{hitung}} \geq -t_{\text{tabel}}$, berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. H_0 ditolak apabila: $t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq -t_{\text{tabel}}$

hitung atau Σ - t tabel < - t tabel, berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

3.5.2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi berganda yang bertujuan untuk mengestimasi tingkat signifikansi hubungan antar beberapa variabel dan melibatkan variabel *intervening/mediating* (Ghozali, 2006). Analisis jalur merupakan metode *multivariate* (lebih dari satu variabel dependen) yang dapat digunakan untuk mengestimasi pengaruh langsung (*direct effect*), tak langsung (*indirect effect*), dan pengaruh total (*total effect*) diantara beberapa variabel (Ghozali, 2006).

Hipotesis diuji statistik dengan melihat tingkat signifikansi yang dipakai adalah 5% (0,05). Hipotesis diterima apabila koefisien jalur (*path*) signifikan $\leq 5\%$.

3.5.3. PLS (*Partial Least Square*)

Teknik pengolahan data dengan menggunakan metode SEM berbasis *Partial Least Square* (PLS) memerlukan 2 tahap untuk menilai Fit Model dari sebuah model penelitian (Ghozali, 2006). Tahapan yang digunakan untuk menilai *Fit Model* pada penelitian ini adalah menilai *outer model* atau *measurement model* dan pengujian model struktural (*inner model*). Aplikasi SmartPLS yang digunakan adalah SmartPLS versi 2.0. M3.