

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019, p. 13), metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berbasis filsafat positivisme (data konkrit). Data ini terdiri dari angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik untuk menguji masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode *survey* dimana angket dipilih sebagai pilihan utama untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan (Saunders *et al.*, 2007). Tabel, bagan, atau grafik akan digunakan untuk menyajikan hasil survei dan kemudian dianalisa menggunakan statistik.

#### 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

##### 3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang memiliki kualitas dan atribut tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2019 p. 80). Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung *Night Market* Pakuwon City Mall Surabaya.

##### 3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah perwakilan dari populasi yang dipelajari dalam suatu penelitian (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik pemilihan populasi mana yang kriterianya mencukupi dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya (Sekaran & Bougie, 2016). Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengunjung yang sudah pernah melakukan kunjungan (minimal satu kali) pada *Night Market* Pakuwon City Mall Surabaya dalam 1 tahun terakhir.
2. Berusia 17 tahun ke atas.

Adapun kriteria tersebut digunakan dalam penelitian ini dengan asumsi bahwa individu yang berusia di atas 17 tahun dianggap telah mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam angket kuesioner dengan rasional. Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat pengunjung untuk melakukan kunjungan yang berkelanjutan pada *Night Market* Pakuwon City Mall Surabaya, responden diminta untuk memberikan keterangan dalam kuesioner. Hanya data dari responden yang pernah melakukan kunjungan (minimal satu kali) pada *Night Market*

Pakuwon City Mall Surabaya dalam 1 tahun terakhir yang nantinya akan diikutkan dalam analisa data.

### 3.2.3 Metode Penarikan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi dan umumnya memiliki ciri serta karakteristik yang hampir sama dengan populasi itu sendiri, sehingga hasil penelitian pada sampel dapat digunakan sebagai kesimpulan untuk populasi secara keseluruhan, meskipun sampel hanya merepresentasikan sebagian kecil dari ciri dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019). Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu teknik *non-probability sampling*.

Non-Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019 p. 84). Jenis Teknik *non-probability sampling* yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019, p. 144) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu dalam penentuan sampel penelitian ini adalah pengunjung yang sudah pernah melakukan kunjungan (minimal satu kali) pada *Night Market* Pakuwon City Mall Surabaya dalam 1 tahun terakhir dan berusia 17 tahun ke atas.

Alasan memilih syarat dan kriteria tersebut adalah karena penulis ingin memfokuskan penelitian pada pengalaman nyata para pengunjung *Night Market* Pakuwon City Mall Surabaya. Dengan membatasi sampel pada mereka yang sudah pernah mengunjungi *Night Market* Pakuwon City Mall Surabaya (minimal satu kali) dalam 1 tahun terakhir dan berusia 17 tahun ke atas.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, Jr, Klar dan Lwanga (1990), hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lemeshow yaitu:

#### Rumus 3.1 Rumus Penentuan Jumlah Sampel

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2} \quad (3.1)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Sehingga berdasarkan rumus tersebut, jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian ini adalah sedikitnya 97 orang responden. Namun, dari hasil penyebaran kuesioner didapatkan jawaban sejumlah 259 responden, sehingga telah melebihi jumlah minimal yang diperlukan.

### 3.3 Definisi Operasional

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa definisi operasional mengacu pada definisi spesifik yang diberikan kepada suatu variabel dengan menjelaskan aktivitas atau prosedur yang diperlukan untuk mengukur variabel secara akurat. Pada penelitian ini akan menggunakan lima variabel yang terdiri dari variabel *independent* atau bebas yaitu *facility* (X1), *food* (X2), *program content* (X3), variabel *dependent* atau terikat yaitu *continuous visiting behavior* (Y) dan variabel *intervening* atau mediasi yaitu *tourist satisfaction* (Z).

#### 3.3.1 Variabel (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang akan dipengaruhi oleh variabel lain dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2019 p. 399).

##### 1) Variabel *Continuous Visiting Behavior*

*Continuous Visiting Behavior* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemungkinan pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali di masa depan. Sejalan dengan Cahigas et al. (2023) *continuous visiting behavior* diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut:

1. Pengunjung berniat untuk mengunjungi kembali *Night Market* Pakuwon City Mall.
2. Pengunjung berniat untuk memprioritaskan kunjungan pada *Night Market* Pakuwon City Mall dibandingkan dengan kunjungan pada *night market* lain.

3. Pengunjung bersedia melakukan upaya untuk berkunjung ke *Night Market* Pakuwon City Mall.
4. Pengunjung berniat untuk menjadi pengunjung setia *Night Market* Pakuwon City Mall.

### 3.3.2 Variabel (X)

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang menurut peneliti akan mempengaruhi variabel dependen (terikat) dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2019 p. 399).

#### 2) Variabel *Facility* ( $X_1$ )

*Facility* dalam penelitian ini merujuk pada kualitas dari hal-hal pendukung seperti tempat parkir yang nyaman, tempat istirahat yang dipersiapkan dengan baik, dan kamar kecil yang bersih. Sejalan dengan Ho et al. (2022) *facility* diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut:

1. Tata letak *Night Market* Pakuwon City Mall.
2. Kebersihan situs *Night Market* Pakuwon City Mall.
3. Kenyamanan situs *Night Market* Pakuwon City Mall.
4. Ruang/ukuran situs *Night Market* Pakuwon City Mall.
5. Suasana situs *Night Market* Pakuwon City Mall.
6. Keamanan situs *Night Market* Pakuwon City Mall.
7. Pengelolaan sampah di lokasi situs *Night Market* Pakuwon City Mall

#### 3) Variabel *Food* ( $X_2$ )

*Food* dalam penelitian ini merujuk pada kualitas dan keterjangkauan harga dari makanan yang tersedia. Sejalan dengan Yoon et al. (2010) *food* diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut:

1. Makanan yang ditawarkan pada *Night Market* Pakuwon City Mall bervariasi.
2. Makanan yang dijual pada *Night Market* Pakuwon City Mall memiliki rasa yang enak.
3. Harga jual makanan pada *Night Market* Pakuwon City Mall masuk akal (sesuai).

#### 4) Variabel *Program Content* ( $X_3$ )

*Program content* dalam penelitian ini merujuk pada kualitas acara-acara yang ada dipanggung yang ditampilkan. Sejalan dengan Yoon et al. (2010) *program content* diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut:

1. Pengunjung merasa acara-acara yang ada di panggung pada *Night Market* Pakuwon City Mall bersifat menghibur.
2. Pengunjung merasa acara-acara yang ada di panggung pada *Night Market* Pakuwon City Mall bervariasi.
3. Pengunjung merasa acara-acara yang ada di panggung pada *Night Market* Pakuwon City Mall menghasilkan pengalaman yang mengagumkan.
4. Pengunjung merasa acara-acara yang ada di panggung pada *Night Market* Pakuwon City Mall dapat memberikan pelajaran mengenai budaya setempat.
5. Pengunjung merasa acara-acara yang ada di panggung pada *Night Market* Pakuwon City Mall dikelola dengan baik.
6. Pengunjung merasa acara-acara yang ada di panggung pada *Night Market* Pakuwon City Mall diorganisir dengan baik.

### **3.3.3 Variabel (Z)**

Variabel mediasi adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2019 p. 399).

#### 5) Variabel *Tourist Satisfaction*

*Tourist satisfaction* dalam penelitian ini adalah persepsi atau perasaan positif yang diperoleh saat pengunjung terlibat dalam kegiatan kunjungan pada *night market* dan dinyatakan sebagai tingkat kesenangan yang diperoleh dari pengalaman tersebut. Sejalan dengan Cahigas et al. (2023) *tourist satisfaction* diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut:

1. Pengunjung merasakan kepuasan terhadap keseluruhan pengalaman selama berkunjung pada *Night Market* Pakuwon City Mall.
2. Pengunjung merasakan pengalaman positif selama berkunjung pada *Night Market* Pakuwon City Mall.
3. Pengunjung merasakan pengalaman yang didapatkan sepadan dengan biaya dan waktu yang dikeluarkan selama berkunjung pada *Night Market* Pakuwon City Mall.
4. Pengunjung merasakan kepuasan terhadap harga produk yang ditawarkan pada *Night Market* Pakuwon City Mall.

### 3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diukur serta diungkapkan secara numerik dan dianalisis berdasarkan jawaban responden. Penelitian ini akan menggunakan angket *Google Form* yang disebarluaskan secara online kepada para responden penelitian.

#### 3.4.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu data primer. Menurut Sugiyono (2019, p. 134):

1. **Data primer** adalah data yang diberikan secara langsung oleh pengumpul data (Sugiyono, 2019). Sumber data untuk penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan angket kuesioner yaitu, *Google Form* kepada para pengunjung *Night Market Pakuwon City Mall Surabaya*. Angket ini berisi pernyataan yang berkaitan dengan variabel-variabel yang akan diteliti, yaitu *continuous visisting behavior, facility, food, program content, tourist satisfaction*. Data yang telah diisi oleh responden akan dikelola sesuai dengan kebutuhan penelitian.

#### 3.4.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penyebaran angket kuesioner secara *online* melalui *link Google Form* kepada responden penelitian yaitu, para pengunjung yang sudah pernah melakukan kunjungan pada *Night Market Pakuwon City Mall Surabaya*. Angket yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala Likert (Sugiyono, 2019). Berdasarkan skala *Likert* dari jawaban responden terhadap pernyataan yang ada di angket adalah sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Netral (N)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

### 3.5 Teknik Analisis Data

#### 3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis yang digunakan untuk melihat keberadaan variabel yang bersifat berdiri mandiri maupun bersifat bebas (Sugiyono, 2019 p. 68). Dalam penelitian ini jawaban dari seluruh responden akan ditampilkan dalam bentuk tabel deskriptif dengan setiap

variabel yang akan diklasifikasikan menurut skala tingkatannya yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui isi dari jawaban responden melalui angket kuesioner yang sudah disebarakan melalui *google form* secara *online*. Untuk mengetahui nilai rentang skala dari setiap tingkatan tersebut, Sugiyono (2019, p. 42) menyatakan rumus tentang skala yaitu :

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

RS: Rentang Skala.

m: nilai tertinggi dalam skala *likert* yang digunakan.

n: nilai terendah dalam skala *likert* yang digunakan.

b: jumlah kategori

### Rumus 3.2 Rumus Rentang Skala

Maka, perhitungan rentang skala yang didapat adalah:  $RS = \frac{5-1}{5}$   
 $= 0,8$  (3.2)

Rentang skala yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 0,8. Sehingga klasifikasi data yang digunakan dalam mengkategorikan jawaban responden sebagai berikut:

1,00 - 1,80 : sangat rendah

1,81 - 2,60 : rendah

2,61 - 3,40 : sedang

3,41 - 4,20 : tinggi

4,21 - 5,00 : sangat tinggi

**Tabel 3.1**  
**Kategori Berdasarkan Variabel Penelitian**

Variabel	Rentang nilai	Interpretasi
<i>Continuous Visiting Behavior</i>	1,00-1,80	Sangat Rendah
	1,81-2,60	Rendah
	2,61-3,40	Sedang
	3,41-4,20	Tinggi
	4,21-5,00	Sangat Tinggi

<i>Facility</i>	1,00-1,80	Sangat Rendah
	1,81-2,60	Rendah
	2,61-3,40	Sedang
	3,41-4,20	Tinggi
	4,21-5,00	Sangat Tinggi
<i>Food</i>	1,00-1,80	Sangat Rendah
	1,81-2,60	Rendah
	2,61-3,40	Sedang
	3,41-4,20	Tinggi
	4,21-5,00	Sangat Tinggi
<i>Program Content</i>	1,00-1,80	Sangat Rendah
	1,81-2,60	Rendah
	2,61-3,40	Sedang
	3,41-4,20	Tinggi
	4,21-5,00	Sangat Tinggi
<i>Tourist Satisfaction</i>	1,00-1,80	Sangat Rendah
	1,81-2,60	Rendah
	2,61-3,40	Sedang
	3,41-4,20	Tinggi
	4,21-5,00	Sangat Tinggi

### 3.5.2 Partial Least Square (PLS)

Dalam mengolah data pada penelitian ini penulis menggunakan *Smart Partial Least Square* (PLS) yaitu *software SmartPLS* versi 4.0 dalam *Microsoft Windows*. Ghazali (2016) *Partial Least Square* merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berdasarkan pada varian atau komponen. PLS sendiri mulanya merupakan pendekatan SEM berbasis kovarian yang bergeser menjadi berbasis varian. Abdillah dan Hartono (2021, p. 193) menyatakan bahwa evaluasi model PLS dilakukan dengan mengevaluasi *outer model* dan *inner model*. Abdillah dan Hartono (2021, p. 193) mengemukakan *outer model* adalah model pengukuran untuk menilai validitas dan realibilitas model. Melalui proses literasi algoritma, parameter model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, composite reliability dan cronbach's alpha). *Inner model* adalah model struktural untuk memprediksi hubungan

kausalitas antar variabel laten. Melalui proses, parameter uji *t-statistics* diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas (Abdillah dan Hartono, 2021 p. 193).

### 3.5.2.1 *Outer Model*

Abdillah dan Hartono (2021), Mengemukakan *outer model* merupakan pengujian yang dilakukan dalam mengukur reliabilitas data dan validitas data yang bertujuan untuk melihat apakah hubungan antara variabel laten dengan setiap indikator bersifat reliabilitas. Uji validitas variabel dilakukan untuk menentukan apakah indikator yang telah dijelaskan secara tepat dapat menjelaskan variabel yang dimaksud, sementara uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana hasil pengukuran dari obyek yang sama dapat dihasilkan (Sugiyono, 2019). Teknik yang digunakan dalam menggunakan PLS terdiri dari dua tahap, yaitu:

1. Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan nilai *loading factor* (korelasi antara skor item/skor komponen dengan skor konstruk). *Rule of thumb* yang biasanya digunakan untuk *convergent validity* adalah *skor loading* > 0,7 (Abdillah & Hartono, 2021). Sedangkan dalam uji *discriminant validity* yang diamati adalah nilai *cross-loading* dan *latent variable correlations* pada suatu konstruk lebih besar daripada konstruk lainnya ataupun dengan membandingkan akar AVE setiap konstruk dengan hasil  $AVE > 0,5$  (Abdillah & Hartono, 2021).
2. Uji reliabilitas variabel dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat nilai *composite reliability* dan juga *Cronbach Alpha*. Secara umum reliabilitas kurang dari 0,6 dianggap lemah, sedangkan di kisaran 0,7 dapat diterima, dan yang di atas 0,8 baik (Abdillah & Hartono, 2021).

### 3.5.2.2 *Inner Model*

Abdillah dan Hartono (2021), mengemukakan *inner model* digunakan untuk memprediksi hubungan yang bersifat sebab-akibat dalam suatu konstruksi eksogen dengan endogen. *inner model* merupakan cara pengujian yang harus dilakukan untuk membuktikan jika model struktural yang digunakan sudah akurat. *Inner model* menggunakan beberapa pengujian sebagai berikut:

1. Koefisien Determinasi (Nilai  $R^2$ ). Merupakan kemampuan seluruh variabel bebas (*independent variable*) dalam memengaruhi variabel terikat (*dependent variable*). Rentang nilai yang dimiliki oleh koefisien determinasi yang baik yaitu 0 sampai 1. Sehingga koefisien determinasi (Nilai  $R^2$ ) dimanfaatkan untuk melihat sekaligus memprediksi sejauh apa variabel bebas memengaruhi variabel terikat. Ketika nilai  $R^2$

semakin tinggi, maka dapat dikatakan prediksi dari metode penelitian yang diajukan semakin baik. Nilai R<sup>2</sup> berada di rentang nol sampai 1. Nilainya dikatakan 'baik' bila di atas angka 0,5. Sedangkan nilai R<sup>2</sup> dibilang 'tidak baik' bila di bawah 0,5. Secara umum, mengacu dari hasil penghitungan koefisien determinasinya, maka sebuah model regresi linier berganda bisa dibilang layak dipakai bila nilai R<sup>2</sup> lebih dari 0,5. Hal ini karena sebagian besar variabel terikatnya mampu dijelaskan dengan baik oleh variabel bebasnya (Abdillah & Hartono, 2021).

2. Relevansi Prediktif ( $Q^2$ ). Digunakan dalam melihat apakah *inner model* variabel penelitian dapat memberikan relevansi prediktif yang bernilai baik atau tidak. Syarat yang harus dipenuhi agar model relevansi dalam suatu penelitian dikatakan baik maka nilai relevansi prediktif harus diatas nol. Jika nilai  $Q^2$  lebih besar 0 hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan nilai  $Q^2$  kurang dari 0 menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.
3. *Path coefficient*. Adalah sebuah metode yang digunakan dalam melihat adanya relevansi dan kekuatan hubungan, serta cara dalam menguji suatu hipotesis. Rentang nilai yang dimiliki oleh koefisien jalur sebesar -1 dan +1. Artinya dalam rentang nilai yaitu nilai koefisien yang mendekati +1 dapat disimpulkan memberikan sifat berbanding lurus, pengaruh yang diberikan semakin positif atau kuat. Hal ini juga berlaku sebaliknya, jika nilai koefisiennya mendekati -1 dapat disimpulkan bahwa memberikan pengaruh yang bersifat berbanding terbalik (lemah atau negatif). Semakin tinggi nilai *path coefficient*, maka akan semakin baik juga kekuatan hubungan dan signifikansinya.
4. Uji hipotesis. Dipergunakan untuk mengukur keterdukungan dari setiap hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya. Dalam melakukan uji hipotesis, metode yang digunakan adalah *bootstraping* (Abdillah & Hartono, 2021). *Bootstraping* dilakukan sekali setelah melakukan pengujian *outer model*. Dengan menggunakan metode *bootstraping*, nilai uji hipotesis (*t-statistics*) dapat diperoleh dalam memprediksi adanya hubungan sebab-akibat. Dalam penelitian ini, pengujian akan dilakukan dengan pengujian hipotesis dua ekor (*two-tailed*). Skor *path coefficient* atau *inner model* yang ditunjukkan oleh *t-statistics*, harus diatas 1,96 untuk hipotesis dua ekor (*two-tailed*).