



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III**

### **METEDOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **3.1.1 Profil Perusahaan PT. Aneka Bintang Gading (Holywings Group)**



Gambar 3. 1 Logo Holywings

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2020

PT. Aneka Bintang Gading (Holywings Group), merupakan perusahaan yang bergerak dibidang restoran dan bar yang berdiri pertama kali pada tahun 2015. Berlokasi pertama kali di Jalan Boulevard Raya Blok QA5 No.8, Kelapa Gading Barat, Jakarta Utara, yang kini outletnya sudah tidak beroperasi lagi dan outlet Holywing yang berada di Kelapa Gading dipindahkan ke Jalan Boulevard Barat Raya Blok XC 1B, Kelapa Gading Barat, Jakarta Utara. PT. Aneka Bintang Gading (Holywings Group) saat ini memiliki 15 cabang di Indonesia dan setiap tahun-nya PT. Aneka

Bintang Gading (Holywings Group) terus menambah jumlah outlet-nya. Setelah pembukaan outlet pertamanya di Kelapa Gading tahun 2015 berjalan dengan lancar dan sangat digemari serta memiliki demand yang tinggi dari para pengunjungnya, Holywings Group kembali membuka outlet kedua nya pada tahun 2016 di daerah Pantai Indah Kapuk (PIK) di Ruko Crown Golf, Blok B No. 52-56, Jl. Marina Raya Pantai Indah Kapuk, RW.2, Kamal Muara, Jakarta Utara. Setelah melihat hasil dari outlet pertam dan kedua yang ternyata semakin banyak pengunjung yang datang setiap harinya dan Holywing merupakan restoran dan bar yang pertama menggunakan konsep live music setiap harinya untuk menarik minat pengunjung, kemudian Holywing kembali membuka outlet-outletnya di Indonesia. Pada tahun 2017 Holywings membuka tiga outlet baru di luar Pulau Jawa, yaitu di Makassar, Medan, dan Surabaya. setelah itu, pada tahun 2018 hingga 2020 Holywings kembali membuka beberapa outlet baru antara lain, Kertajaya, Gading Serpong, Gunawarman, Surabaya, Bandung, Old Temple, Epicentrum, Mega Kuningan, Kelapa Gading, Tanjung Duren, dan yang terakhir di Pondok Indah. Sampai saat ini Holywings masih menjadi restoran dan bar yang digemari oleh masyarakat Indonesia.

Tidak hanya memanjakan para pengunjungnya dengan live music yang ada setiap harinya, Holywing juga sering mengundang penyanyi local maupun internasional untuk tampil dan menghibur para pengunjungnya. Penyanyi yang kerap kali manggung di Holywings antara lain, Bunga Citra

Lestari, Glenn Fredly, Raisa, Judika, Ari Lasso, Andmesh, dan masih banyak lagi penyanyi top Indonesia yang tampil di Holywings. Adapun artis atau penyanyi internasional juga beberapa kali tampil di live event Holywings seperti, Christian Bautista dan Clean Bandit.

### **3.1.2 Visi dan Misi PT. Aneka Bintang Gading (Holywings Group) Visi**

#### **Holywings Group:**

Menjadi perusahaan dibidang *Food and Bevarage* yang kokoh dan terpercaya berdasarkan keunggulan makanan, minuman, serta *entertainment* yang eksklusif.

#### **Misi Holywings Group:**

1. Mengembangkan pertumbuhan cabang *Outlet* Holywings diseluruh Indonesia.
2. Berpartisipasi aktif dalam mendorong pertumbuhan lapangan pekerjaan Indonesia.
3. Turut menjaga dan melestarikan kultur unik Holywings.

### **3.1.3 Prinsip dan Komitmen PT. Aneka Bintang Gading (Holywings Group)**

#### **Prinsip Holywings Group:**

1. Menempatkan kepuasan pemilik dan pelanggan sebagai prioritas utama.
2. Menerapkan standar kerja dan *attitude* secara *professional*.
3. Memperlakukan seluruh karyawan sebagai *asset* perusahaan.

4. Selalu berusaha meningkatkan proses kerja dan layanan.

**Komitmen Holywings Group:**

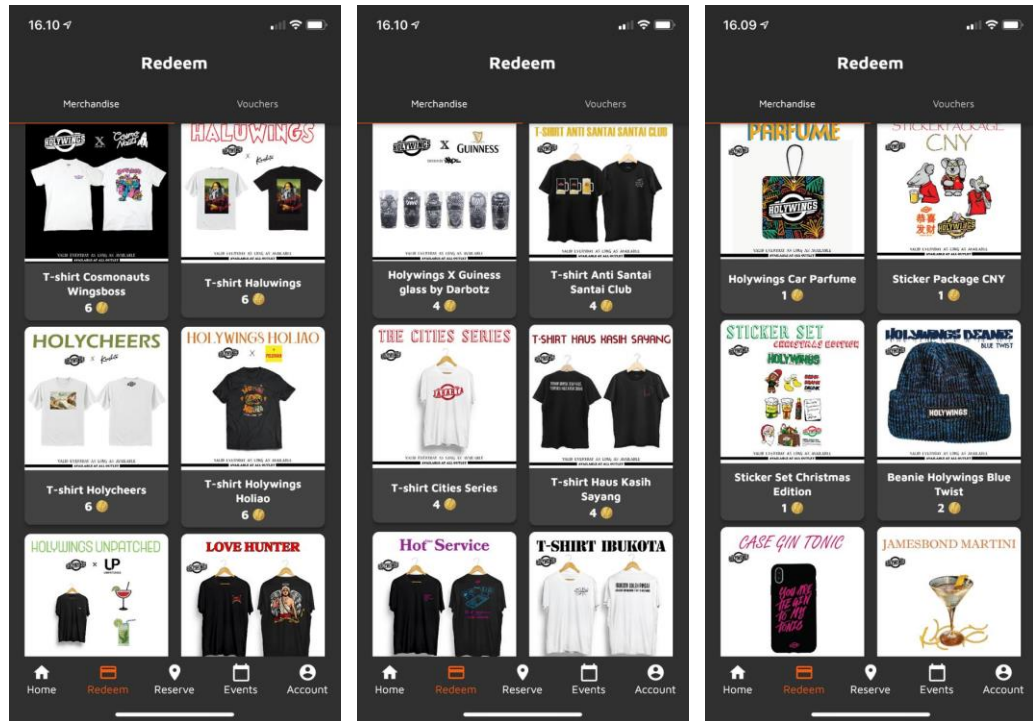
1. Mengelola perusahaan secara jujur, adil dan senantiasa menjunjung tinggi etor kerja dalam rangka mencapai visi dan misi perusahaan.
2. Meningkatkan nilai perusahaan dan pengelolaan *management* secara berkala.
3. Menempatkan semua pihak terkait dengan perusahaan sebagai mitra kerja yang harmonis dan efektif dalam mencapai tujuan.

**3.1.4 Produk – produk Holywings**

Produk yang dijual oleh Holywings tidak hanya *food and beverages* saja, tetapi Holywings juga menyediakan beberapa *merchandise* berupa pakaian (*T-Shirt, Hoodie, & Bomber Jacket*), topi, aksesoris, stiker, pengharum mobil, dan *souvenir* yang bisa didapatkan oleh pelanggannya dengan cara menukarkan *point* yang telah dikumpulkan melalui aplikasi Holywings, atau mereka para pelanggan dapat membeli secara langsung *merchandise* tersebut di *outlet-outlet* Holywings.

Dalam membuat *merchandise*-nya Holywings sempat bekerja sama atau berkolaborasi dengan beberapa *clothing line* untuk membuat *design t-shirt* mereka, seperti berkolaborasi dengan Cosmonauts, Kaoskita, Unpatched, Polonian, dan Se-Indonesia. Holywings juga berkolaborasi dengan Guinness dan Darbotz untuk membuat gelas cantik sebagai

*souvenir* yang bisa dibeli atau didapatkan dengan menukar *point* yang sudah dikumpulkan ke *outlet* Holywings.



Gambar 3. 2 Marchendise Holywings

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2020

### 3.2 Desain Penelitian

Menurut Cooper (2011), “*Research data is all the facts to be presented and help the researcher on the research*”. *Research data* merupakan fakta-fakta yang ada untuk di presentasikan dan membantu peneliti untuk mempelajari serta menjadi bahan untuk penelitiannya. *Research data* juga dibagi menjadi dua yaitu:

#### 1. *Primary data*

*Primary data* merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya atau berdasarkan dari orisinalitas penulis untuk mencari fakta dari penelitiannya atau untuk menangani masalah penelitian.

#### 2. *Secondary data*

*Secondary data* merupakan data yang sebelumnya sudah terkoleksi atau sudah pernah didapatkan untuk sebuah tujuan, atau bisa dibilang data yang didapatkan dari peneliti sebelumnya atau dapat disebut bahwa *secondary data* adalah data yang diambil secara tidak langsung.

Sumber data utama yang digunakan dalam menentukan hasil penelitian ini adalah data primer, yaitu data-data yang dikumpulkan oleh Peneliti melalui penyebaran kuesioner secara *online* kepada responden. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disebarakan menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Selain data utama, Peneliti juga memakai data sekunder dalam penelitian ini, yaitu seluruh data pendukung berasal dari jurnal, artikel, *website*, dan *textbook* perkuliahan untuk membuat penelitian ini berbasis ilmiah dan sistematis.

### 3.3 Populasi dan Sample

Menurut Cooper (2011), bahwa proses awal yang perlu dilakukan dan cukup penting adalah menentukan target populasi yang akan menjadi responden dari penelitian yang akan dilakukan. Setelah target populasi ditentukan, peneliti akan menentukan *sampling frame*, yang kemudian peneliti akan menentukan teknik pengambilan sampel dan diikuti oleh penentuan jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini. Proses akhir pada *sampling design process* ini adalah melakukan eksekusi proses sampel yang sudah diambil.

Menurut Taherdoost (2016), terdapat proses-proses yang penting untuk diperhatikan pada saat melakukan *sampling design process* agar dapat berjalan dengan baik:

1. *Clearly Define Target Population*
2. *Select Sampling Frame*
3. *Choose Sampling Technique*
4. *Determine Sample Size*
5. *Collect Data*

#### 3.3.1 *Clearly Define Target Population*

Tahap pertama dalam *sampling process* adalah menentukan target populasi secara jelas. Populasi umumnya terkait dengan jumlah orang yang tinggal di Negara tertentu. Target populasi dalam penelitian ini adalah orang yang pernah berkunjung ke *outlet* Holywings, berumur minimal 18 tahun dan berdomisili di Jabodetabek.



### **3.3.2 *Select Sampling Frame***

Menurut Taherdoost (2016), “*A sampling frame is a list of the actual cases from which sample will be drawn. The sampling frame must be representative of the population.*” Sampling Frame merupakan daftar kasus yang sebenarnya dari mana sampel akan diambil. *Sampling Frame* harus mewakili populasi dan *sampling frame* yang dipilih atau seluruh populasi disebut *sampling*. Maka *sampling frame* dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pria dan Wanita
2. Usia Minimal 18 Tahun
3. Berdomisili di Jabodetabek
4. Pernah mengunjungi *outlet* Holywings dalam tiga (3) bulan, yaitu dari bulan Januari 2020 hingga Maret 2020.

### **3.3.3 *Choose Sampling Technique***

Menurut Taherdoost (2016), “*Prior to examining the various types of sampling method, it is worth noting what is meant by sampling, along with reasons why researchers are likely to select a sampling. Taking a subset from chosen sampling frame or entire population is called sampling.*” Sebelum memeriksa berbagai jenis *sampling methods*, penting untuk diperhatikan apa yang dimaksud dengan *sampling*, bersama dengan alasan mengapa peneliti cenderung memilih sampel tersebut. Mengambil *sub-set* dari kerangka *sampling* yang dipilih atau seluruh populasi disebut

*sampling*. *Sampling* dapat digunakan untuk membuat inferensi tentang suatu populasi atau membuat generalisasi dalam kaitannya dengan teori yang ada. Intinya, ini tergantung pada pilihan teknik *sampling* yang akan digunakan oleh peneliti.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *sampling technique non-probability* dengan metode *convenience sampling*, karena teknik *sampling* ini yang paling mudah dibandingkan dengan teknik *sampling* yang lainnya.

#### **3.3.4 *Determine Sample Size***

Untuk mengeneralisasi dari sampel acak dan menghindari kesalahan *sampling* atau bias, sampel acak harus memiliki ukuran yang memadai. *Sampling size* merupakan jumlah elemen yang akan diikutsertakan di dalam penelitian (Malhotra, 2012).

Dikarenakan pada penelitian kali ini peneliti menggunakan aplikasi olah data berupa SmartPls 3.0, maka peneliti menggunakan pendekatan Cohen (1992) dalam Solihin dan Ratmono (2013:13) yang mempertimbangkan *statistical power* dan *effect size* Ketika menentukan minimum ukuran sampel. Sesuai dengan Tabel Panduan Menentukan Ukuran Sampel Model SEM-PLS. Pada penelitian kali ini peneliti memiliki jumlah anak panah terbesar yang mengenai satu konstrukstur adalah 3, dan peneliti mengharapkan tingkat signifikansi pada 0,05 (5%)

dan  $R^2$  minimum 0,10 maka ukuran sampel minimum yang harus peneliti miliki adalah 124 responden.

Tabel 3. 1 Panduan Menentukan Ukuran Sampel Model PLS-SEM

Jumlah maksimal arah panah menuju konstruk	Tingkat ( <i>level</i> ) Signifikansi											
	1%				5%				10%			
	Minimum $R^2$				Minimum $R^2$				Minimum $R^2$			
	0,10	0,25	0,50	0,75	0,10	0,25	0,50	0,75	0,10	0,25	0,50	0,75
2	158	75	47	38	110	52	33	26	88	41	26	21
3	176	84	53	42	124	59	38	30	100	48	30	25
4	191	91	58	46	137	65	42	33	111	53	34	27
5	205	98	62	50	147	70	45	36	120	58	37	30
6	217	103	66	53	157	75	48	39	128	62	40	32
7	228	109	69	56	166	80	51	41	136	66	42	35
8	238	114	73	59	174	84	54	44	143	69	45	37
9	247	119	76	62	181	88	57	46	150	73	47	39
10	256	123	79	64	189	91	59	48	156	76	49	41

Sumber : Cohen (1992) dalam Solihin dan Ratmono (2013:13).

### 3.3.5 Collect Data

Setelah populasi target, kerangka *sampling*, teknik *sampling* dan ukuran sampel telah ditentukan, langkah selanjutnya adalah mengumpulkan data. Pengumpulan data dari penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* dari *google form* yang telah dibuat oleh peneliti. *Link* dari kuesioner *online* tersebut dapat diakses/dibuka melalui link berikut:

Peneliti menyebarkan kuesioner *online* melalui *Line* dan *Whatapps* (*Personal Chat / Post on timeline*), serta melalui *Social Media* seperti *Instagram* (*Direct Message & Post Story*). Dalam proses penyebaran dan pengumpulan data dari kuesioner yang disebarkan, peneliti tidak bekerja seorang diri, peneliti juga dibantu oleh teman-teman yang bertindak

sebagai *broadcaster*, mereka membantu peneliti dengan cara menyebarkan *website link* kuesioner *online* peneliti melalui *social media*.

### **3.4 Identifikasi Variable Penelitian**

#### **3.4.1 *Dependent Variable***

Menurut Sekaran & Bougie (2013), “*The dependent variable is the variable of primary interest to the researcher. The researcher’s goal is to understand and describe the dependent variable, or to explain its variability, or predict it.*” Dalam kata lain, variable dependen merupakan tujuan mengapa penelitian ini dilakukan, sehingga pada akhirnya peneliti dapat menjelaskan variabel ini bisa terjadi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis kali ini, variabel dependen yang digunakan adalah *customer’s convenience*.

#### **3.4.2 *Independent Variable***

Menurut Sekaran & Bougie (2013), “*An independent variable is one that influences the dependent variable in either positive or negative way.*” Penulis mendefinisikannya bahwa variabel independen merupakan variabel yang berdiri sendiri, tanpa adanya pengaruh dari variabel lain dan dapat mempengaruhi hasil dari variabel dependen baik secara positif maupun negatif. Variabel independen dalam penelitian kali ini adalah *visual display*, *antropometri*, dan *enviromental ergonomic*.

### 3.5 Teknik Analisis Data

#### 3.5.1 Analisis Data *Outer Model* (*Model Measurement*)

- *Convergent Validity*: Nilai *convergent validity* merupakan nilai *loading factor* pada variabel laten. Nilai yang diharapkan  $> 0.7$
- *Discriminant Validity*: Nilai *cross loading*, nilai yang dituju harus lebih besar daripada nilai lainnya.
- *Composite Reliability*: Nilai  $> 0.7$  mempunyai realibilitas yang tinggi.
- *Average Variance Extracted* (AVE): Nilai AVE yang diharapkan  $> 0.5$
- *Cronbach's Alpha*. Uji Realibilitas diperkuat dengan *Cronbach Alpha*, nilai yang diharapkan  $> 0.6$  untuk konstruk.
- Standard Koefisien memiliki nilai  $\geq 0$ , berarti memiliki pengaruh yang positif dan kurang dari 0 memiliki pengaruh yang negatif.
- Memiliki nilai *P value*  $\leq 0.05$ . Jika *p-value*  $\leq 0.05$ , maka berpengaruh secara signifikan.

#### 3.5.2 Analisis Data *Inner Model* (*Model Struktural*)

- *R Square* pada konstruk endogen. Nilai *R Square* menurut Chin (1998) adalah sebesar 0.67 (kuat), 0.33 (moderate), dan 0.19 (lemah).

- *Estimate for Path Coefficients*, merupakan nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan/pengaruh laten. Dilakukan dengan *Bootstrapping*.
- *Effect Size (f square)* dilakukan untuk mengetahui kebaikan model.

### 3.5.3 Uji Hipotesis

- *T Statistic* merupakan pengujian yang ditunjukkan untuk menilai seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas/independen dalam konteks secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.  $T Statistic > 1.96$ .
- $P Value \leq 0.05$  menyatakan hipotesis antar variabel berpengaruh secara signifikan, karena tingkat *error* yang terjadi berada dibawah angka 0.05.

### 3.6 Tabel Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional pada penelitian ini disusun berdasarkan teori yang didasarkan pada indikator pertanyaan seperti pada table 3.1. Dimana angka satu menunjukkan sangat tidak setuju/belum pernah mengunjungi *outlet* Holywings hingga angka lima (5) menunjukkan sangat setuju dengan pertanyaan/*measurement* yang mengacu pada jurnal utama.

Tabel 3. 2 Tabel Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	<i>Measurement</i>	Jurnal Referensi	<i>Scalling Technique</i>
1.	<i>Visual Display</i>	Merupakan alat penyampai informasi yang dirancang untuk ditangkap oleh manusia, meliputi: spanduk, poster, petunjuk arah,	Gambar yang digunakan pada buku menu Holywings dapat menjelaskan makanan dan minuman dengan sangat baik.  (Sangat tidak setuju-Sangat setuju)	<i>The Effect of Ergonomic Aspects on Customer's Convenience at Restaurant in Surabaya (Palit et</i>	<i>5 Likert Scale</i>

No.	Variabel	Definisi Operasional	<i>Measurement</i>	Jurnal Referensi	<i>Scalling Technique</i>
		dan lainnya (Iridiastadi & Yassierli, 2014)	Ukuran gambar dan font yang digunakan pada buku menu Holywings sudah proposional/dapat dengan mudah dibaca.  (Sangat tidak setuju-Sangat setuju)	<i>al., 2019)</i>	



No.	Variabel	Definisi Operasional	<i>Measurement</i>	Jurnal Referensi	<i>Scalling Technique</i>
			<p>Warna yang diadopsi pada buku menu Holywings sangat menarik.</p> <p>(Sangat tidak setuju-Sangat setuju)</p>		
			<p>Isi buku menu Holywings sudah bersifat informative.</p> <p>(Sangat tidak setuju-Sangat setuju)</p>		
			<p>Isi buku menu Holywings sudah ringkas.</p> <p>(Sangat tidak setuju-Sangat setuju)</p>		

No.	Variabel	Definisi Operasional	<i>Measurement</i>	Jurnal Referensi	<i>Scalling Technique</i>
			<p>Informasi yang ada di buku menu Holywings sudah sangat jelas.</p> <p>(Sangat tidak setuju-Sangat setuju)</p>		
			<p>Saya dapat membaca isi buku menu Holywings dengan mudah. (Sangat tidak setuju-Sangat setuju)</p>		
			<p>Papan nama (Toilet, Konter Kasir, Logo, dll.) didalam ruangan Holywings dapat dibaca dengan mudah.</p> <p>(Sangat tidak setuju-Sangat setuju)</p>		

No.	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Jurnal Referensi	Scalling Technique
			<p>Papan nama (Toilet, Kasir, Logo, dll.) didalam ruangan Holywings sudah bersifat informative. (Sangat tidak setuju-Sangat setuju)</p> <p><i>Signage dapat dengan mudah dibaca dan dapat terlihat dari luar restoran Holywings. (Sangat tidak setuju-Sangat setuju)</i></p>		
2.	<i>Antropometri</i>	Studi antropometri diperlakukan tidak hanya pada kesesuaian meja dan kursi terhadap	<p>Lebar meja memberikan keleluasaan bagi Saya untuk bergerak sambil makan dan minum di Holywings.</p> <p>(Sangat tidak setuju-Sangat setuju)</p>	<i>The Effect of Ergonomic Aspects on Customer's</i>	<i>5 Likert Scale</i>

No.	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Jurnal Referensi	Scaling Technique
		dimensi antropometri pengguna, tetapi juga digunakan pada ruang diantara kursi dan meja.  (Palit <i>et al.</i> , 2019)	Tinggi meja dan kursi sudah proporsional; oleh karena itu, Saya dapat duduk lebih lama di Holywings.  (Sangat tidak setuju-Sangat setuju)	<i>Convenience at Restaurant in Surabaya (Palit et al., 2019)</i>	
		Ruang antar meja memungkinkan Saya untuk bergerak dengan leluasa di Holywings.  (Sangat tidak setuju-Sangat setuju)			
		Ruang antar kursi pada meja tidak terlalu dekat, sehingga memudahkan Saya pada saat keluar masuk kursi.			

No.	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Jurnal Referensi	Scaling Technique
			<p>(Sangat tidak setuju-Sangat setuju)</p> <p>Bentuk kursi memungkinkan Saya untuk duduk dengan nyaman dalam waktu yang lebih lama di Holywings.</p> <p>(Sangat tidak setuju-Sangat setuju)</p> <p>Ketinggian konter pemesanan dan kasir nyaman bagi Saya pada saat melakukan pembayaran.</p> <p>(Sangat tidak setuju-Sangat setuju)</p>		
3.	<i>Environmental Ergonomic</i>	Lingkungan ergonomi merupakan studi	Suhu ruangan membuat Saya menikmati suasana di Holywings dengan nyaman.	<i>The Effect of Ergonomic</i>	<i>5 Likert Scale</i>

No.	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Jurnal Referensi	Scalling Technique
		ergonomi yang menyelidiki hubungan antara manusia dan keterbatasannya dalam lingkungan kerja fisik, yang meliputi: pencahayaan, suara, sirkulasi udara, serta getaran. (Kroemer, 2017)	(Sangat tidak setuju-Sangat setuju)	<i>Aspects on Customer's Convenience at Restaurant in Surabaya (Palit et al., 2019)</i>	
	Sirkulasi udara di dalam ruangan membuat Saya menikmati suasana Holywings dengan nyaman. (Sangat tidak setuju-Sangat setuju)				
	Menurut Saya, kelembaban pada ruangan Holywings terasa normal. (Sangat tidak setuju-Sangat setuju)				
	Penerangan di dalam ruangan Holywings tidak terlalu menyilaukan.				

No.	Variabel	Definisi Operasional	<i>Measurement</i>	Jurnal Referensi	<i>Scalling Technique</i>
			(Sangat tidak setuju-Sangat setuju)		
			Penerangan didalam ruangan Holywings tidak menyebabkan banyak bayangan.  (Sangat tidak setuju-Sangat setuju)		
			Genre musik yang dimainkan di Holywings membuat Saya menikmatinya dengan nyaman.  (Sangat tidak setuju-Sangat setuju)		

No.	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Jurnal Referensi	Scalling Technique
			<p>Volume musik yang dimainkan di Holywings tidak terlalu keras atau rendah.</p> <p>(Sangat tidak setuju-Sangat setuju)</p>		
4.	<i>Customer's Convenience</i>	<p>Kolcaba (2013), menjelaskan bahwa kenyamanan sebagai suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yang bersifat individual dan</p>	<p>Saya merasa santai ketika berada didalam Holywings.</p> <p>(Sangat tidak setuju-Sangat setuju)</p> <hr/> <p>Saya merasa senang melakukan aktivitas didalam Holywings.</p> <p>(Sangat tidak setuju-Sangat setuju)</p>	<p><i>The Effect of Ergonomic Aspects on Customer's Convenience at Restaurant in Surabaya (Palit et</i></p>	<p><i>5 Likert Scale</i></p>



No.	Variabel	Definisi Operasional	<i>Measurement</i>	Jurnal Referensi	<i>Scalling Technique</i>
		holistic. Dengan terpenuhinya kenyamanan dapat menyebabkan perasaan sejahtera pada diri individu tersebut.	Saya tidak mengalami kesulitan dalam melakukan kegiatan atau aktivitas didalam Holywings.  (Sangat tidak setuju-Sangat setuju)	<i>al., 2019)</i>	

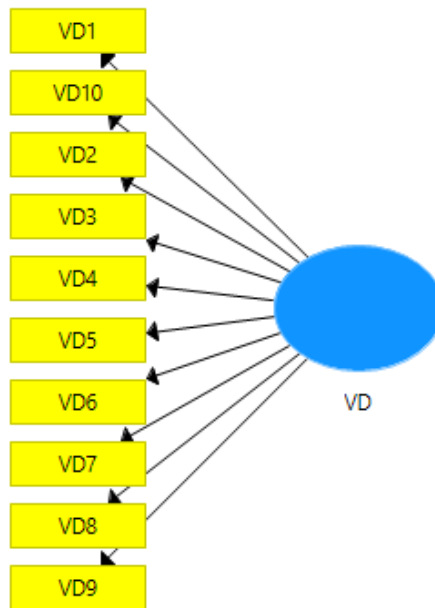
Sumber: Data diolah oleh penulis berdasarkan jurnal Christian *et al.*, 2020.

### 3.7 Model Pengukuran

Berdasarkan variabel yang diukur pada penelitian ini, maka peneliti menggunakan empat (4) model pengukuran, yaitu:

1. *Visual Display*

Terdapat sepuluh (10) indikator pertanyaan di dalam model pengukuran ini, dimana indikator tersebut merupakan bagian untuk mewakili variabel *Visual Display*.

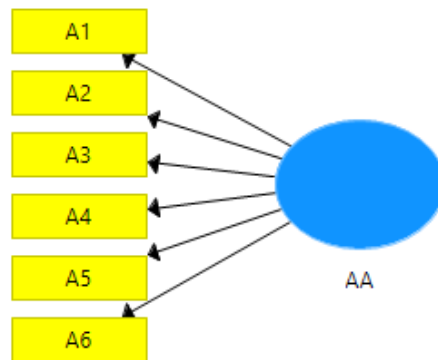


Gambar 3. 3 Model Pengukuran *Visual Display*

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

## 2. *Antropometri*

Terdapat enam (6) indikator pertanyaan di dalam model pengukuran ini, dimana indikator tersebut merupakan bagian untuk mewakili variabel *Antropometri*.

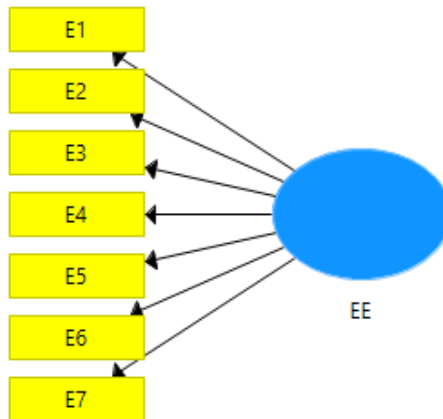


Gambar 3. 4 Model Pengukuran *Antropometri*

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

### 3. *Environmental Ergonomic*

Terdapat tujuh (7) indikator pertanyaan di dalam model pengukuran ini, dimana indikator tersebut merupakan bagian untuk mewakili variabel *Environmental Ergonomic*.

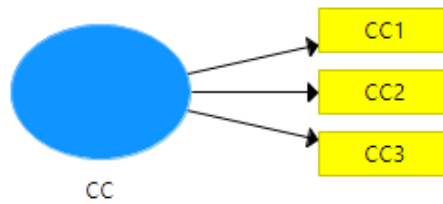


Gambar 3. 5 Model Pengukuran *Environmental Ergonomic*

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

#### 4. *Customer's Convenience*

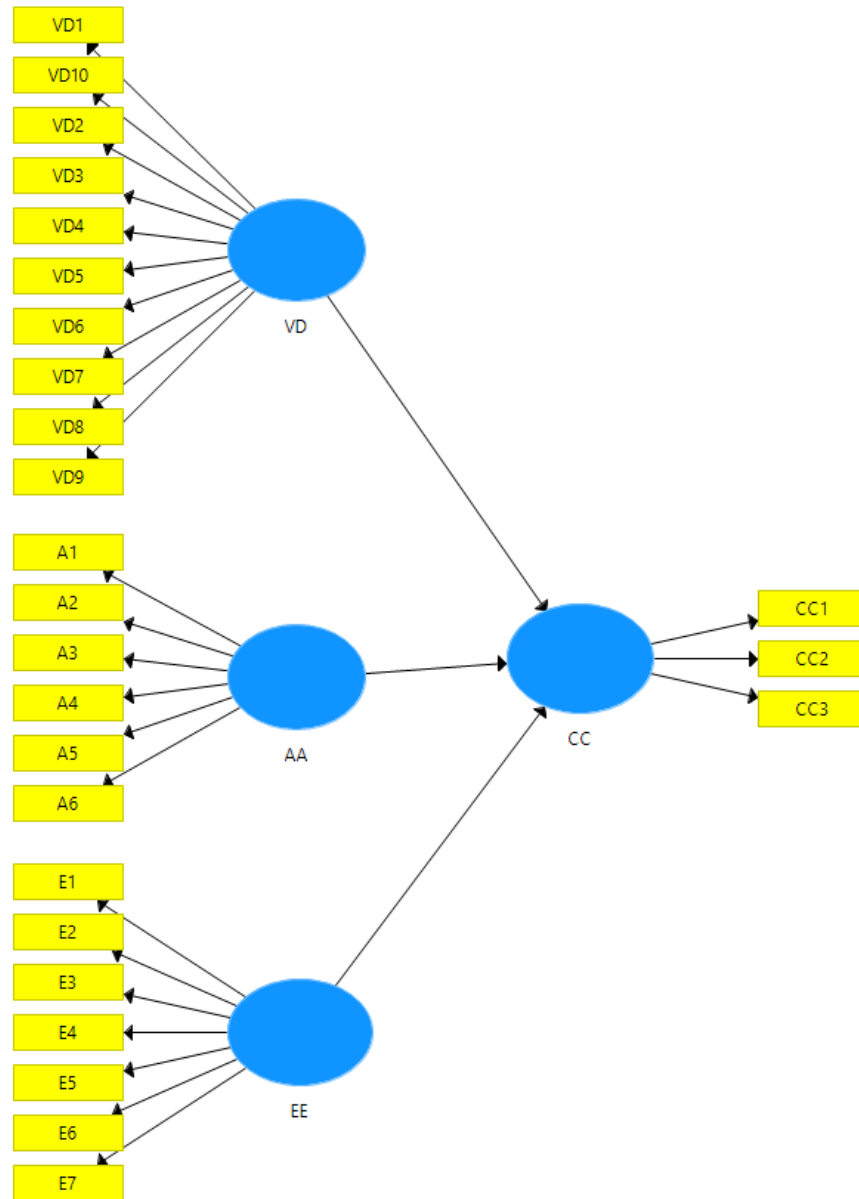
Terdapat tiga (3) indikator pertanyaan di dalam model pengukuran ini, dimana indikator tersebut merupakan bagian untuk mewakili variabel *Customer's Convenience*.



Gambar 3. 6 Model Pengukuran *Customer's Convenience*

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

### 3.8 Model Keseluruhan Penelitian



Gambar 3. 7 Model Keseluruhan Penelitian

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020