

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Shopee Food merupakan suatu platform *Online Food Delivery Service* (OFDS) yang diperkenalkan di Indonesia sejak bulan April 2020 oleh induk perusahaan Shopee, Sea Group. Sama seperti layanan OFDS lainnya yang sudah lebih dulu ada di Indonesia (seperti Go-Food dan Grab Food), Shopee Food memungkinkan penggunaannya untuk memesan makanan secara online melalui aplikasi Shopee. Saat ini, Shopee Food telah mempunyai ratusan ribu merchant terdaftar yang tersebar di berbagai kota di Indonesia.



**Gambar 3.1 Logo Shopee Food**

**Sumber: Shopee (2022)**

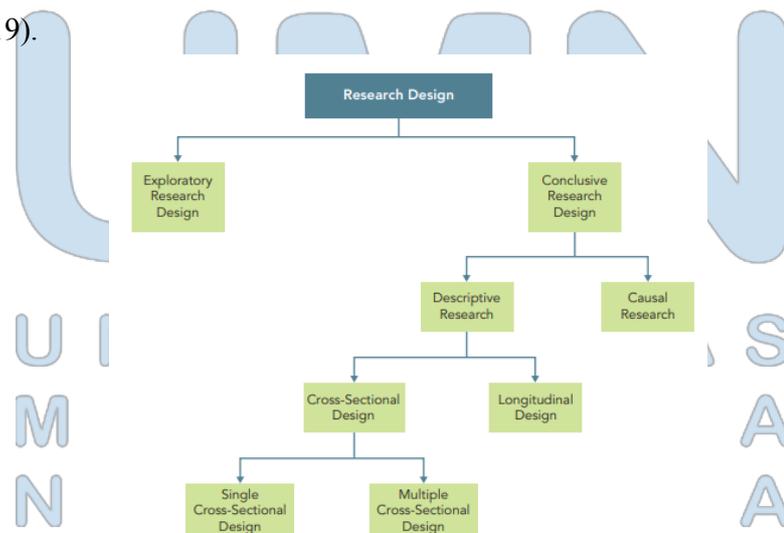
Semenjak diluncurkannya di Indonesia, Shopee Food telah berhasil mengambil sebagian kecil pangsa pasar industri OFDS, yaitu sebesar 8%, meskipun mayoritas pangsa pasar industri tersebut masih dikuasai oleh Grab Food dan Go-Food, yang masing-masing menguasai 49% (Grab) dan 43% (Go-Jek) market share OFDS pada tahun 2021.

Lebih lanjut, sebagai suatu aplikasi OFDS, Shopee Food mempunyai cara kerja yang serupa dengan platform OFDS lainnya, yaitu:

1. Konsumen membuka aplikasi Shopee lalu pilih “Shopee Food”
2. Konsumen memilih merchant dan makanan yang diinginkan, lalu klik “check-out”
3. Pada laman “Check-out”, konsumen dapat memasukkan kode voucher serta memilih metode pembayaran yang akan digunakan (ShopeePay atau COD), lalu klik “pesan sekarang”
4. Setelah pesanan dikonfirmasi oleh merchant, maka merchant tersebut akan menyiapkan makanan yang dipesan, dan secara bersamaan mitra driver Shopee Food akan datang ke merchant tersebut untuk mengambil (pick-up) pesanan yang telah disiapkan
5. Pesanan akan dikirimkan oleh mitra driver Shopee Food sampai pada alamat konsumen, dan pesanan akan terselesaikan

### 3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka kerja (*framework*) untuk melakukan suatu riset pemasaran, yang menguraikan prosedur yang diperlukan dalam mengembangkan serta memecahkan masalah penelitian (Malhotra, 2019).



**Gambar 3.2 Research Design: Classification**

Sumber: Malhotra (2019)

Lebih lanjut, menurut Malhotra (2019), desain penelitian secara umum dapat diklasifikasikan sebagai *exploratory research design* dan *conclusive research design*.

1. *Exploratory research design*

Desain penelitian *exploratory research design* digunakan untuk mengeksplorasi wawasan serta ide mengenai suatu masalah (Malhotra, 2019). Lebih lanjut, menurut Malhotra (2019), jenis penelitian *exploratory research design* dapat membantu para peneliti dalam memformulasikan permasalahan secara lebih tepat serta mendapatkan wawasan tambahan guna mengembangkan pendekatan terbaik untuk masalah tersebut

2. *Conclusive research design*

Desain penelitian *conclusive research design* digunakan untuk membantu para *decision maker* dalam menganalisis, mengevaluasi, serta memilih tindakan atau pendekatan terbaik dalam situasi tertentu (Malhotra, 2019). Lebih lanjut, melalui desain penelitian *conclusive research design*, peneliti dapat menguji suatu hipotesis ataupun hubungan antar hipotesis sebagai dasar pengambilan keputusan. Menurut Malhotra (2019), *conclusive research design* dapat dibagi menjadi 2 jenis penelitian:

a. *Descriptive Research*

*Descriptive research* merupakan tipe penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fungsi atau karakteristik dari pasar.

b. *Causal Research*

*Causal research* merupakan tipe penelitian yang digunakan untuk menguji hubungan sebab dan akibat. Melalui *causal research*, peneliti dapat memahami variabel yang menjadi penyebab (independent) dan variabel yang dipengaruhi (dependen) dari suatu fenomena.

Penelitian ini mengadopsi *conclusive research design* dengan fokus pada jenis *descriptive research*. Penelitian ini berusaha untuk mengetahui

hubungan serta pengaruh antara variabel *delivery experience*, *special benefits*, *ease of use*, *reviews*, *food hygiene*, *food rider*, dan *time saving* terhadap *customer satisfaction* serta implikasinya terhadap *advocacy* dan *intention to re-use*. Lebih lanjut, berkaitan dengan pengumpulan data, penelitian ini dapat dikategorikan kedalam bentuk penelitian *single cross-sectional* dikarenakan sampel hanya diambil sekali.

### 3.2.1 Research Data

Menurut Malhotra (2019), terdapat 2 jenis data yang dapat digunakan dalam suatu penelitian, yaitu:

1. *Primary Data*

*Primary data* merupakan data atau informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti untuk memecahkan masalah penelitian.

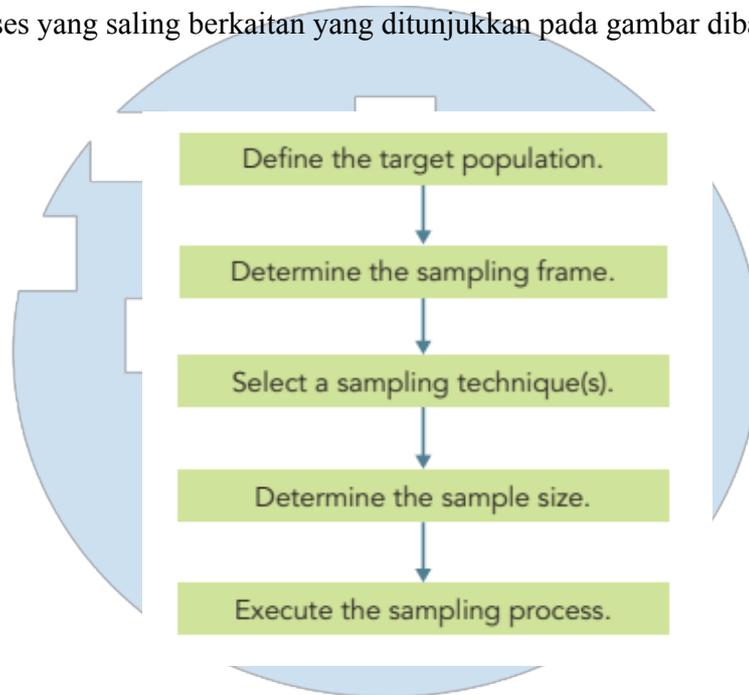
2. *Secondary Data*

*Secondary data* merupakan data atau informasi yang dikumpulkan peneliti untuk tujuan selain memecahkan masalah penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *primary data* serta *secondary data*. Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan *primary data* dengan menggunakan survey (kuesioner) melalui Google Form yang disebar kepada para responden, dimana kuesioner tersebut mengadopsi skala *likert* 1 sampai dengan 7 untuk mengukur tingkat setuju ataupun tidak setujunya responden terkait dengan pertanyaan penelitian yang diberikan. Selain itu, peneliti juga menggunakan *secondary data* dengan mengumpulkan berbagai data, artikel, buku, ataupun jurnal pendukung agar penelitian ini mempunyai dasar penelitian yang ilmiah

### 3.3 Ruang Lingkup Penelitian

Menurut Malhotra (2019), proses pengambilan sampel terdiri dari 5 proses yang saling berkaitan yang ditunjukkan pada gambar dibawah ini:



**Gambar 3.3 Sampling Design Process**

**Sumber: Malhotra (2019)**

#### 3.3.1 *Target Population*

Menurut Malhotra (2019), *target population* didefinisikan sebagai kumpulan objek yang memiliki informasi yang dibutuhkan oleh peneliti untuk menarik kesimpulan dalam penelitiannya. Lebih lanjut, terdapat 4 aspek utama dalam *target population* menurut Malhotra (2019):

1. *Elements*

*Elements* didefinisikan sebagai objek yang memiliki informasi yang dibutuhkan peneliti untuk menarik kesimpulan dalam penelitiannya.

Dalam penelitian ini, *elements* yang digunakan adalah responden penelitian

## 2. *Sampling Units*

*Sampling units* didefinisikan sebagai satuan unit yang mengandung elemen yang akan dijadikan sampel penelitian. Dalam penelitian ini, *sampling units* yang digunakan adalah responden yang mempunyai kriteria sebagai berikut:

- a. Usia minimal 17 tahun
- b. Berdomisili di Indonesia
- c. Jenis kelamin Pria dan Wanita
- d. Pernah menggunakan aplikasi Shopee Food dalam memesan makanan atau minuman

## 3. *Extent*

*Extent* didefinisikan sebagai batas-batas geografis yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, batas geografis yang digunakan adalah kota-kota di Indonesia.

## 4. *Time Period*

*Time Period* didefinisikan sebagai periode waktu yang digunakan dalam menjalankan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan, dimulai dari bulan Maret 2022 hingga Juni 2022. Lebih lanjut, pengumpulan data melalui kuesioner dalam penelitian ini dilaksanakan pada bulan April hingga Mei 2022.

### 3.3.2 *Sampling Frame*

Menurut Malhotra (2019), *Sampling frame* didefinisikan sebagai representasi dari berbagai elemen dalam *target population*. Lebih lanjut, *sampling frame* terdiri dari serangkaian petunjuk yang digunakan untuk mengidentifikasi *target population*. Dalam penelitian

ini, peneliti tidak menggunakan *sampling frame* karena peneliti tidak memiliki data populasi spesifik yang dapat dijadikan sebagai responden dalam penelitian.

### 3.3.3 *Sampling Technique*

Menurut Malhotra (2019), terdapat 2 jenis utama dalam *sampling techniques*, yaitu:

1. *Probability Sampling*

*Probability sampling* didefinisikan sebagai teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel penelitian. Lebih lanjut, beberapa jenis *probability sampling* menurut Malhotra (2019) adalah *simple random sampling*, *systematic sampling*, *stratified sampling*, dan *cluster sampling*.

2. *Non-probability Sampling*

*Non-probability sampling* didefinisikan sebagai teknik pengambilan sampel yang dimana setiap elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel penelitian. Dalam hal ini, *non-probability sampling* bergantung pada kenyamanan atau penilaian pribadi dari peneliti. Lebih lanjut, beberapa jenis *non-probability sampling* menurut Malhotra (2019) adalah sebagai berikut:

- a. *Convenience Sampling*

*Convenience sampling* merupakan teknik *non-probability sampling* yang mencoba untuk mendapatkan sampel yang dibutuhkan dengan cara yang mudah bagi peneliti. Dalam menggunakan teknik *convenience sampling*, seringkali

responden dipilih karena berada pada tempat dan waktu yang tepat.

b. *Judgemental Sampling*

*Judgemental sampling* merupakan salah satu bentuk *convenience sampling* dimana sampel dipilih berdasarkan penilaian atau kriteria tertentu dari peneliti.

c. *Quota Sampling*

*Quota sampling* merupakan teknik *non-probability sampling* yang terdiri dari 2 tahap. Tahap pertama terdiri dari pengembangan kategori atau kuota elemen populasi. Lebih lanjut, pada tahap kedua, sampel dipilih berdasarkan kenyamanan (*convenience*) atau penilaian (*judgement*) peneliti.

d. *Snowball Sampling*

*Snowball sampling* merupakan teknik *non-probability sampling* dimana sekelompok responden awal dipilih secara acak oleh peneliti. Kemudian, responden selanjutnya dipilih berdasarkan rekomendasi ataupun saran yang diberikan oleh responden awal.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *non-probability sampling* dengan fokus pada teknik *judgemental sampling*. Hal ini dikarenakan peneliti memilih responden berdasarkan beberapa kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

### 3.3.4 *Sample Size*

Menurut Malhotra (2019), *sample size* mengacu pada jumlah elemen yang akan digunakan dalam penelitian. Lebih lanjut, menurut Hair et al. (2017), terdapat beberapa kriteria yang harus diperhatikan dalam menentukan ukuran sampel:

1. *Sample size* harus lebih besar (banyak) dari jumlah variabel penelitian
2. Ukuran sampel minimum ditentukan berdasarkan perhitungan jumlah indikator x 5

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 35 indikator pertanyaan untuk mengukur variabel penelitian. Oleh karena itu, jumlah *sample size* minimum dalam penelitian ini adalah sebanyak 175 responden (35 x 5)

### 3.4 **Prosedur Penelitian**

#### 3.4.1 **Periode Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan, dimulai dari bulan Maret hingga Juni 2022. Proses penelitian dimulai dengan menentukan objek & topik penelitian, penyusunan latar belakang, perumusan masalah penelitian, pengumpulan studi & penelitian terdahulu, pembuatan kuesioner penelitian, mengumpulkan & mengolah data, membahas hasil pengolahan data, serta pembuatan kesimpulan dan saran.

#### 3.4.2 **Pengumpulan Data**

Berikut ini adalah cara pengumpulan data yang dilakukan peneliti baik untuk data primer maupun data sekunder:

1. Pengumpulan data primer (*primary data*) diperoleh peneliti dengan menyebarkan kuesioner online (Google Form) kepada para responden.
2. Pengumpulan data sekunder (*secondary data*) diperoleh peneliti melalui berbagai sumber seperti jurnal, artikel, buku ilmiah, serta berita.

### 3.4.3 *Research Process*

Berikut ini adalah proses penelitian yang telah dilakukan peneliti:

1. Mengidentifikasi serta menentukan fenomena, objek, dan topik penelitian
2. Mengumpulkan berbagai jurnal dan data yang berkaitan dengan topik penelitian, yang kemudian digunakan untuk menyusun dasar penelitian yang ilmiah dan sistematis.
3. Mengembangkan model penelitian serta hipotesis penelitian
4. Membuat kuesioner (Google Form) berdasarkan indikator pertanyaan yang telah dikembangkan berdasarkan jurnal penelitian terdahulu
5. Menyebarkan kuesioner kepada 30 responden untuk keperluan pre-test
6. Melakukan pre-test dengan menggunakan software *SPSS* versi 16 untuk menguji validitas dan reliabilitas dari setiap indikator penelitian
7. Menyebarkan kuesioner untuk keperluan main-test setelah pre-test sudah lulus
8. Mengolah data main-test dengan menggunakan software SmartPLS

### 3.5 **Identifikasi Variabel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan variabel eksogen dan endogen. Menurut Hair et al. (2017) variabel eksogen didefinisikan sebagai variabel bebas atau independen dalam penelitian. Selain itu, Hair et al. (2017) juga mendefinisikan variabel endogen sebagai variabel dependen dalam penelitian. Lebih lanjut, pada penelitian ini, variabel eksogen terdiri dari *Delivery Experience*, *Special Benefits*, *Ease of Use*, *Reviews*, *Food Hygiene*, *Time Saving*, dan *Food Rider*.

Sedangkan, variabel endogen pada penelitian ini terdiri dari *Customer Satisfaction, Advocacy*, serta *Intention to re-use*.

### 3.6 Tabel Operasionalisasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan total 35 indikator pertanyaan yang disusun berdasarkan dari berbagai jurnal penelitian dan literatur terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Setiap indikator pertanyaan diukur menggunakan *7-point Likert Scale*. Dimana angka 1 dalam skala likert merepresentasikan “Sangat Tidak Setuju” hingga angka 7 dalam skala likert merepresentasikan “Sangat Setuju” terhadap pertanyaan penelitian yang diberikan.

No	Variabel	Definisi	Kode	Indikator	Referensi	Skala Pengukuran
1	Delivery Experience	<i>Delivery experience</i> mengacu pada pengalaman positif terkait dengan pengiriman makanan saat dipesan menggunakan <i>Food Delivery Application</i> (Ray et al., 2019)	DE1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya suka dengan fitur Shopee Food yang memungkinkan saya untuk memesan makanan kapanpun saya mau</li> </ul>	Pipatpong Fakfare, 2021	Likert 1- 7
		DE2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya suka dengan fitur Shopee Food yang dapat menemukan alamat pengiriman saya di peta</li> </ul>			
		DE3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya suka dengan fitur Shopee Food yang dapat memberikan free delivery untuk pesanan tertentu</li> </ul>			
		DE4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya suka dengan fitur Shopee Food yang dapat memberikan estimasi waktu pengiriman pesanan</li> </ul>			

No	Variabel	Definisi	Kode	Indikator	Referensi	Skala Pengukuran
			DE5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya suka dengan fitur Shopee Food yang dapat melacak driver secara real-time</li> </ul>		
2	Special Benefits	<p><i>Special Benefits</i> mengacu pada berbagai pengalaman yang diperoleh pelanggan dari penggunaan layanan yang diberikan. <i>Special Benefits</i> mencakup penawaran, kupon, <i>cashback</i>, diskon, <i>loyalty programs</i>, dan <i>referral bonuses</i> (Ray et al, 2019)</p>	CE1 CE2 CE3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya menikmati special offer Shopee Food dalam bentuk voucher</li> <li>Saya menikmati special offer Shopee Food dalam bentuk free delivery</li> <li>Saya menikmati special offer Shopee Food dalam bentuk diskon</li> </ul>	Pipatpong Fakfare, 2021	Likert 1- 7
3	Ease of Use	<p><i>Ease of Use</i> mengacu pada kemudahan menggunakan layanan saat memanfaatkan layanan atau inovasi</p>	EU1 EU2 EU3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menurut saya, Shopee Food mudah untuk digunakan</li> <li>Proses pemesanan makanan melalui Shopee Food mudah bagi saya</li> <li>Proses pelacakan pada Shopee Food mudah digunakan</li> </ul>	Pipatpong Fakfare, 2021	Likert 1- 7

No	Variabel	Definisi	Kode	Indikator	Referensi	Skala Pengukuran
		teknologi. <i>Ease of use</i> pada <i>Food Delivery Application</i> mengacu pada kemudahan dalam proses penempatan pesanan, kenyamanan menyaring pilihan makanan dan restoran, serta kemudahan melacak pesanan (Ray et al., 2019)	EU4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Shopee Food menyediakan banyak pilihan metode pembayaran</li> </ul>		
			EU5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menurut saya, proses mencari makanan di Shopee Food mudah</li> </ul>		
4	Reviews	<i>Review</i> mengacu pada berbagai indikator kualitas dari operator <i>Food Delivery Application</i> , seperti foto, ulasan, dan <i>ratings</i> yang memungkinkan pelanggan memilih restoran, memilih makanan, dan	RV1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Shopee Food menyediakan foto, ulasan, dan rating, yang membantu saya dalam memilih restoran</li> </ul>	Pipatpong Fakfare, 2021	Likert 1- 7
		RV2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Shopee Food menyediakan foto dan ulasan makanan, yang membantu saya dalam menyelesaikan pesanan saya</li> </ul>			
		RV3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Shopee Food menyediakan foto, ulasan, dan rating, yang membantu saya dalam memilih menu yang saya inginkan</li> </ul>			

No	Variabel	Definisi	Kode	Indikator	Referensi	Skala Pengukuran
		menyelesaikan pesanan (Ray et al., 2019)				
5	Food Hygiene	Food Hygiene adalah semua kondisi dan tindakan yang diperlukan selama produksi, pemrosesan, penyimpanan, distribusi, dan penyiapan makanan untuk memastikan bahwa makanan tersebut aman, sehat, dan layak untuk dikonsumsi manusia (WHO, 1984)	FH1	Menurut saya, Persiapan makanan di semua restoran yang terdaftar di Shopee Food aman & bersih	Pipatpong Fakfare, 2021	Likert 1- 7
			FH2	Menurut saya, Restoran yang ada di Shopee Food mengikuti protokol kesehatan yang berlaku		
			FH3	Menurut saya, fitur Contactless delivery diterapkan untuk memastikan kebersihan dan Kesehatan pelanggan		
6	Food Rider	Dimensi Food Rider mengacu pada profesionalisme, kesopanan, dan keandalan dari kurir	FD1	Menurut saya, Driver Shopee Food dapat diandalkan	Pipatpong Fakfare, 2021	Likert 1- 7
			FD2	Menurut saya, Driver Shopee Food sopan		
			FD3	Menurut saya, Driver Shopee Food memiliki sikap yang profesional		

No	Variabel	Definisi	Kode	Indikator	Referensi	Skala Pengukuran
		<i>Food Delivery Application</i> (Fakfare, 2021)				
7	Time Saving	<p><i>Time Saving</i> mengacu pada kemampuan <i>Food Delivery Application</i> untuk dapat memberikan kenyamanan dengan memberikan pilihan untuk membandingkan harga makanan dari restoran yang berbeda, memungkinkan pelanggan untuk menghindari waktu tunggu di restoran, dan juga menghindari situasi terkait lalu lintas (Ray et al., 2019)</p>	TS1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menurut saya, Shopee Food memberikan kemudahan dalam membandingkan harga makanan dari berbagai restoran</li> </ul>	Pipatpong Fakfare, 2021	Likert 1- 7
			TS2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dengan adanya Shopee Food , saya dapat menghindari kemacetan jika saya memesan makanan sendiri.</li> </ul>		
			TS3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dengan adanya Shopee Food, saya tidak perlu mengantri di restoran.</li> </ul>		
8	Satisfaction	<i>Satisfaction</i> didefinisikan sebagai pemenuhan yang	SAT1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya puas dengan keseluruhan pengalaman menggunakan Shopee Food</li> </ul>	Oliver (1999)	Likert 1- 7

No	Variabel	Definisi	Kode	Indikator	Referensi	Skala Pengukuran
		menyenangkan. Artinya, konsumen merasakan bahwa konsumsi memenuhi beberapa kebutuhan, keinginan, tujuan, atau sebagainya dan pemenuhan tersebut menyenangkan (Oliver, 1997)	SAT2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya percaya bahwa saya telah melakukan hal yang benar dengan memilih Shopee Food untuk pengiriman makanan</li> </ul>		
			SAT3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya merasa puas dengan kenyamanan yang diberikan oleh proses pengiriman makanan Shopee Food</li> </ul>		
			SAT4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Secara keseluruhan, saya senang dengan Shopee Food</li> </ul>		
9	Advocacy	Advocacy mengacu pada kesediaan untuk menyebarkan berita positif dari mulut ke mulut tentang suatu organisasi (Melancon et al., 2011)	AVC1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya akan mencoba untuk mengajak teman dan keluarga saya untuk menggunakan Shopee Food</li> </ul>	Melancon et al. (2011)	Likert 1- 7
			AVC2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya memberitahu orang lain mengenai hal-hal baik tentang Shopee Food</li> </ul>		
			AVC3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya akan membela Shopee Food jika saya mendengar seseorang berbicara buruk tentang Shopee Food</li> </ul>		
10	Intention to reuse the app	Intention to reuse mengacu pada komitmen pelanggan terhadap	INT1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya berencana untuk menggunakan layanan Shopee Food lagi di masa mendatang</li> </ul>	Caruana and Ewing (2010)	Likert 1- 7
			INT2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jika ada kesempatan, saya akan mencoba</li> </ul>		

No	Variabel	Definisi	Kode	Indikator	Referensi	Skala Pengukuran
		layanan <i>Online Food Delivery</i> yang menghasilkan aktivitas pembelian berulang serta perilaku positif pelanggan terhadap penyedia layanan <i>Online Food Delivery</i> tersebut (Suhartanto et al., 2018)	INT3	<p>menggunakan layanan Shopee Food lagi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Besar kemungkinan saya untuk menggunakan Shopee Food Kembali di masa depan</li> </ul>		

**Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi**



### 3.7 Teknik Analisis Data Pre-Test

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Malhotra (2019), uji validitas merupakan suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan yang benar antara objek berdasarkan karakteristik yang diukur, bukan kesalahan acak atau sistematis. Lebih lanjut, terdapat beberapa kriteria dalam pengukuran yang valid sebagai berikut:

No	Ukuran Validitas	Nilai yang Disyaratkan
1	<b><i>Kaiser Meyer Olkin (KMO)</i></b>  KMO merupakan indeks yang digunakan untuk menguji kelayakan analisis faktor. Lebih lanjut, indeks ini membandingkan besaran koefisien korelasi yang diamati dengan besaran koefisien korelasi parsial	<b><math>KMO \geq 0.5</math></b>  Nilai yang tinggi (0.5 – 1.0) menunjukkan analisis faktor yang tepat, sedangkan nilai dibawah 0.5 menunjukkan bahwa analisis faktor mungkin tidak sesuai
2	<b><i>Bartlett's Test of Sphericity</i></b>  <i>Bartlett's test of sphericity</i> merupakan statistik uji yang digunakan untuk menguji hipotesis	<b>Signifikan <math>\leq 0.05</math></b>  Nilai signifikan $\leq 0.05$ untuk memastikan bahwa terdapat

No	Ukuran Validitas	Nilai yang Disyaratkan
	bahwa variabel tidak berkorelasi dalam populasi.	hubungan signifikan antara variabel
3	<b>Factor Loadings of Component Matrix</b>  <i>Factor loadings</i> bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara variabel dengan faktor	<b>Factor Loadings <math>\geq 0.5</math></b>  Nilai <i>factor loadings</i> $\geq 0.5$ menunjukkan bahwa variabel yang diamati bertemu pada konstruk yang sama
4	<b>Anti Image</b>  <i>Anti image</i> bertujuan untuk memahami sejauh mana suatu variabel dapat mengukur dan menjelaskan variabel lainnya	<b>Anti Image <math>\geq 0.5</math></b>  Nilai <i>anti image</i> $\geq 0.5$ menunjukkan bahwa keseluruhan matriks dari setiap variabel dapat digunakan untuk faktor analisis lebih lanjut

Tabel 3.2 Syarat Uji Validitas Pre-Test

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Malhotra (2019), uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana skala menghasilkan hasil yang konsisten jika pengukuran dilakukan secara berulang pada karakteristik. Lebih lanjut, suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai **Cronbach's Alpha  $\geq 0.6$**

### 3.8 *Structural Equation Model*

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) sebagai metode analisis data untuk main-test. Secara definisi, *Structural Equation Model* (SEM) merupakan sebuah prosedur untuk memperkirakan serangkaian hubungan ketergantungan antara satu set konsep atau konstruk yang diwakili oleh beberapa variabel yang diukur dan dimasukkan kedalam model yang terintegrasi (Malhotra, 2019).

Dalam menggunakan pendekatan SEM, terdapat 2 jenis pendekatan yang biasa digunakan, yaitu:

#### 1. *SEM Covariance Base*

Desain analisis *Structural Equation model* (SEM) dengan menggunakan pendekatan *covariance base* digunakan sebagai alat prediksi serta untuk menguji model. Dalam hal ini, penggunaan metode *covariance base* harus dapat memenuhi syarat dasar dari OLS (*Ordinary Least Square*). Pendekatan ini dapat dilakukan dengan menggunakan software Amos dan Lisrel.

#### 2. *SEM Variance Base*

Desain analisis *Structural Equation model* (SEM) dengan menggunakan pendekatan *variance base* digunakan untuk mengatasi dependensi analisis regresi dengan teknik OLS (*Ordinary Least Square*) atau ketika karakteristik suatu data memiliki kekurangan seperti mengalami *missing value*, jumlah sampel yang kecil, terjadi persebaran data yang tidak normal, ataupun ketika terjadi gejala multikolinieritas, dimana hal tersebut menunjukkan adanya kekuatan prediksi yang tidak handal dan tidak stabil dalam variabel.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan pendekatan *variance base* dengan menggunakan software SmartPLS versi 3.2.9. Dalam hal ini, peneliti menggunakan PLS karena mampu untuk menangani hubungan yang sangat kompleks, yang terdiri dari banyak konstruk laten dan variabel manifest. Lebih lanjut, PLS-SEM juga mempunyai ketepatan prediksi yang optimal serta kekuatan taksiran parameter yang konsisten meskipun jumlah sampel meningkat.

Lebih lanjut, menurut Malhotra (2019), model penelitian *Structural Equation Model* (SEM) dapat dilakukan melalui 2 langkah utama:

1. *Measurement Model*

*Measurement model* merupakan komponen yang menggambarkan korelasi dari setiap indikator terhadap variabel laten. Lebih lanjut, *measurement model* terdiri dari uji validitas dan reliabilitas dimana dalam hal ini validitas *measurement model* bergantung pada hasil validitas konstruk (*convergent* dan *discriminant validity*), *reliability*, dan *goodness of fit*

2. *Structural Model*

*Structural model* mengilustrasikan korelasi antara variabel eksogen dengan variabel laten atau antar variabel (konstruk) laten itu sendiri. Lebih lanjut, *structural model* terdiri dari uji hipotesis yang mengacu pada signifikansi dan parameter *t*.

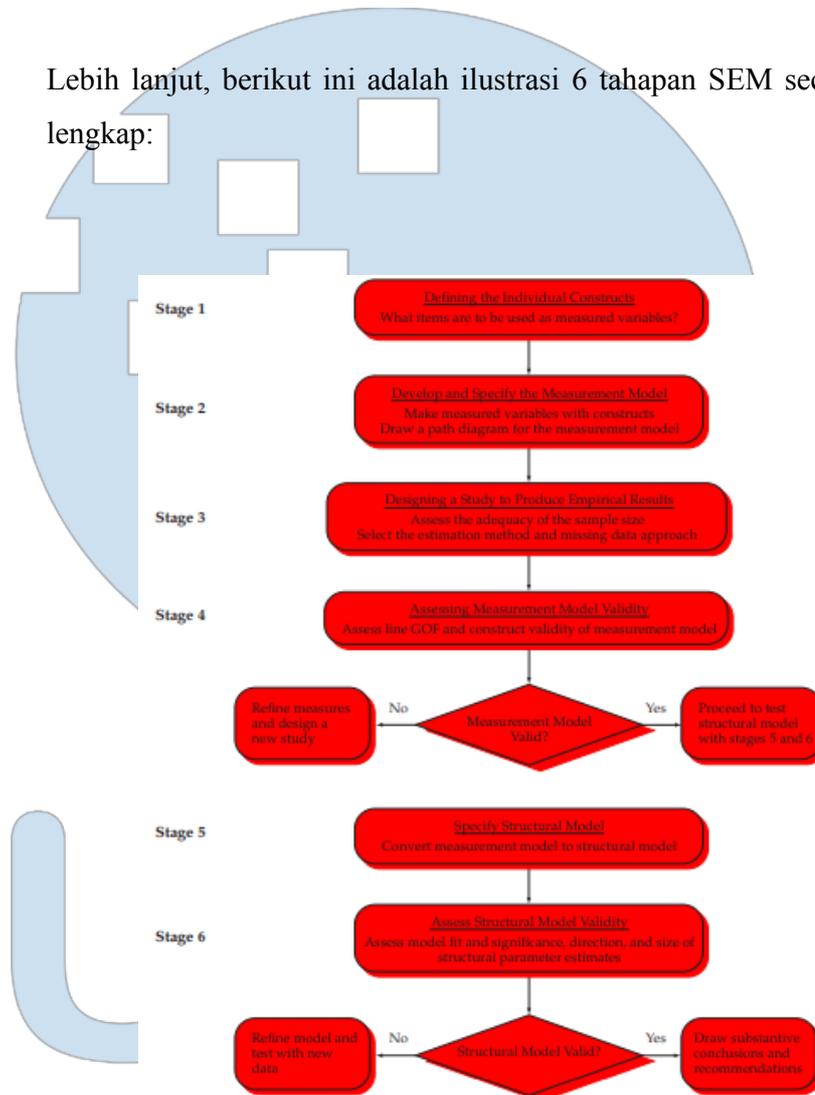
### 3.8.1 Tahapan *Structural Equation Modelling* (SEM)

Menurut Hair et al. (2017), tahapan *Structural Equation Modelling* (SEM) dapat digambarkan melalui 6 tahap proses keputusan, yaitu:

1. Mendefinisikan konstruksi individu
2. Mengembangkan *measurement model* secara keseluruhan
3. Merancang penelitian untuk menghasilkan hasil yang empiris
4. Menguji dan menilai validitas *measurement model*

5. Menentukan *structural model*
6. Menguji dan menilai validitas *structural model*

Lebih lanjut, berikut ini adalah ilustrasi 6 tahapan SEM secara lebih lengkap:



Gambar 3.4 SEM Six-Stage Process

Sumber: Hair et al. (2017)

### 3.8.2 Uji *Measurement Model (Outer Model)*

#### 1. *Convergent Validity*

*Convergent validity* menguji sejauh mana skala berkorelasi positif dengan ukuran lain dari konstruk yang sama. Dalam hal ini, *convergent validity* mengukur besarnya *outer loadings* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Lebih lanjut, menurut Malhotra (2019), seluruh *factor (outer) loadings* harus signifikan secara statistik dan idealnya lebih tinggi dari 0.7. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* yang lebih besar dari 0.5 menunjukkan *convergent validity* yang memuaskan (Malhotra, 2019).

#### 2. *Discriminant Validity*

*Discriminant validity* berguna untuk menunjukkan bahwa suatu konstruk berbeda dengan konstruk lain dan demikian memberikan kontribusi yang unik (Malhotra, 2019). Dalam hal ini, *discriminant validity* mengukur besarnya nilai *cross-loadings* yang menunjukkan kurangnya kekhasan dan menghadirkan masalah potensial dalam membangun *discriminant validity*. Lebih lanjut, indikator dengan konstruk tertuju harus lebih besar daripada korelasi dengan konstruk lain.

#### 3. *Reliability*

Menurut Malhotra (2019), *reliability* mengacu pada sejauh mana skala menghasilkan hasil yang konsisten jika pengukuran berulang dilakukan pada karakteristik. Dalam hal ini, *reliability* dapat diukur berdasarkan nilai *cronbach's alpha*, *composite reliability*, serta  $\rho_A$ , dimana acuan pengukuran yang diterima untuk *cronbach's alpha* adalah lebih besar dari 0.6 dan untuk *composite reliability* adalah lebih besar dari 0.7 (Malhotra, 2019).

### 3.8.3 Uji *Structural Model (Inner Model)*

#### 1. *R Square (Coefficient of Determination)*

*R Square* ( $R^2$ ) merupakan hasil modifikasi koefisien determinasi yang dapat melakukan kalkulasi jumlah variabel independen yang masuk kedalam persamaan dan ukuran sampel (Hair et al., 2010). Lebih lanjut, menurut Ghozali dan Latan (2015), *R Square* dapat mengindikasikan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Sebagai pedoman, menurut Hair et al. (2017), nilai  $R^2$  dapat diklasifikasikan dalam beberapa kategori sebagai berikut:

- 0.75 = hubungan substantial
- 0.50 = hubungan sedang
- 0.25 = hubungan lemah

#### 2. *F Square (Effect Size)*

*F Square* ( $F^2$ ) merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relatif dari konstruk prediktor terhadap konstruk endogen (Hair et al., 2017). Lebih lanjut, menurut Cohen et al. (2002), nilai  $F^2$  dapat diklasifikasikan dalam beberapa kategori sebagai berikut:

- $< 0.02$  = *No effect*
- 0.02 = *Small effect*
- 0.15 = *Medium effect*
- 0.35 = *Large effect*

#### 3. *Q Square (Blindfolding)*

*Blindfolding* ( $Q^2$ ) menilai kekuatan prediksi model, yang disebut juga sebagai relevansi prediktif (Hair et al., 2017). Lebih lanjut,  $Q^2$  dapat mengukur baik atau tidaknya nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga parameter observasinya (Ghozali dan Latan, 2015).

#### 4. *Goodness of Fit (GoF)*

*Goodness of fit (GoF)* menunjukkan seberapa baik model yang ditentukan pengguna secara matematis mereproduksi matriks kovarians yang diamati di antara *item* indikator (Hair et al., 2017). Lebih lanjut, dalam SEM PLS, nilai GoF dapat diperoleh melalui rumus “ $GoF = \sqrt{(Average AVE) \times (Average R^2)}$ ”.

Menurut Ghozali dan Latan (2015), nilai GoF 0.1 = kecil, 0.25 = sedang, dan 0.36 = besar.

#### 5. Uji Hipotesis

Menurut Hair et al. (2017), Model yang baik tidak hanya mendukung model teoritis yang diusulkan, tetapi juga harus melihat setiap parameter yang diwakili dalam penelitian. Lebih lanjut, berikut ini adalah syarat model teoritis yang dapat dikatakan valid:

##### 1. *T-Statistics*

*T-statistics* digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dimana dalam hal ini nilai *t-statistics* yang harus dipenuhi adalah  $> 1.65$  (one-tailed) atau  $> 1.96$  (two-tailed)

##### 2. *P-Value*

*P-value* digunakan untuk menguji apakah hipotesis antar variabel berpengaruh apabila nilai *p-value*  $< 0.05$

### 3.9 *Testing Structural Relationship*

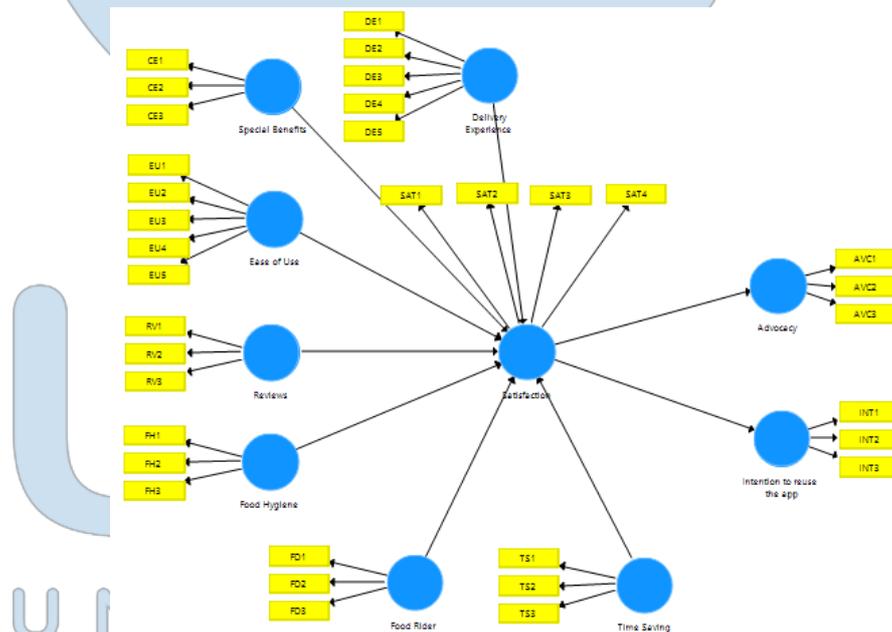
Model teoritis penelitian dianggap valid apabila memenuhi syarat sebagai berikut:

1. Nilai *p-value*  $< 0.05$  mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh signifikan yang mempunyai arti bahwa hipotesis dalam penelitian didukung oleh data yang baik

2. Nilai dari  $t\text{-value} > 1.65$
3. Nilai standar koefisien  $\geq 0$  mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang positif, begitu juga sebaliknya nilai standar koefisien  $< 0$  mengindikasikan adanya hubungan negative

### 3.10 Model Keseluruhan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterkaitan antara *Delivery Experience*, *Special Benefits*, *Ease of Use*, *Reviews*, *Food Hygiene*, *Time Saving*, *Food Rider*, *Customer Satisfaction*, *Advocacy*, dan *Intention to reuse the app*. Pada penelitian ini, terdapat 3 variabel dependen, yaitu *Customer Satisfaction*, *Advocacy*, serta *Intention to reuse the app*.



Gambar 3.5 Model Keseluruhan Penelitian

Sumber: Olah Data Primer (2022)