BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

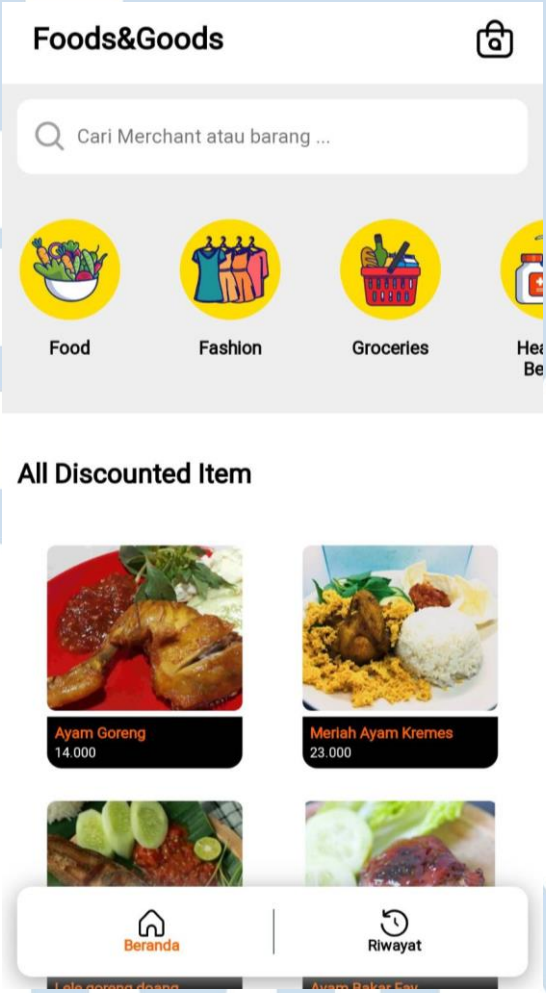
Maxim merupakan sebuah aplikasi digital inovatif yang telah beroperasi sejak tahun 2003 dan menawarkan beberapa layanan seperti, pemesanan kendaraan, pengiriman barang, berbelanja secara online yang dapat diakses oleh masyarakat secara modern, mudah, dan aman. Maxim memiliki sebuah visi untuk mengoptimalkan layanan yang inovatif agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat secara efisien dan nyaman melalui teknologi.

Gambar 3.1 Logo Maxim

Sumber : id.taximaxim.com (2022)

Sejak terjadi pandemi *Covid-19* di Indonesia dan penerapan peraturan Pembatasan Sosial Berskala Besar disetiap aktivitas, Maxim berinovasi untuk meluncurkan fitur Maxim Food untuk memudahkan pengguna untuk memenuhi kebutuhan pangan tanpa harus berpergian ke restoran. Fitur Maxim Food terintergrasi dengan aplikasi Maxim, sehingga pengguna dapat memesan

makanan melalui fitur Maxim Food melalui bantuan kurir dari aplikasi Maxim secara *online*. Keunggulan yang dimiliki oleh fitur Maxim Food, yaitu penawaran ongkos kirim yang rendah dibandingkan dengan kompetitornya.



Gambar 3.2 Layanan fitur Maxim Food

Sumber : Dokumentasi Peneliti (2022)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Untuk saat ini layanan Maxim Food telah beroperasi dibeberapa wilayah, seperti Batam, Bandung, Bengkulu. Banda Aceh, Banjarmasin, Bandar Lampung, Denpasar, Jambi, Cilegon, Jakarta, Medan, Malang, Kendari, Makassar, Manado, Padang, Palembang, Pekabaru, Palu, Palangkaraya, Semarang, Pontianak, Pekanbaru, Singkawang, Sabang, Serang, Tasik, Surakarta, serta Yogyakarta.

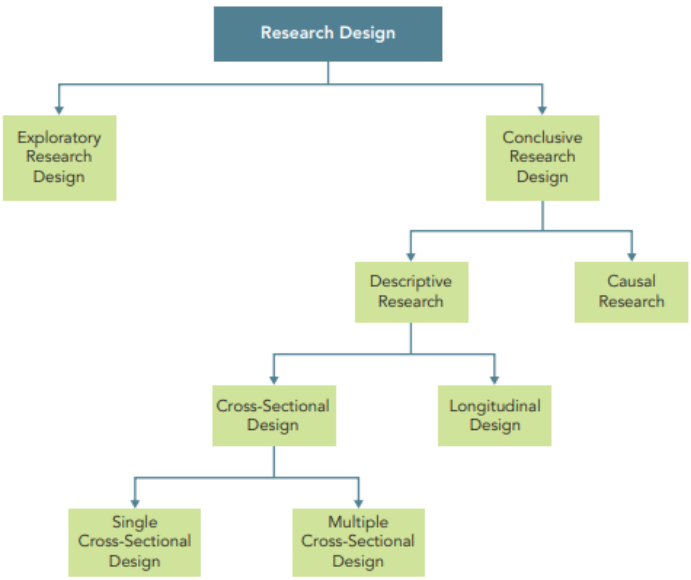
3.2 Desain Penelitian

Research Design adalah sebuah bingkai kerja yang berfungsi untuk melakukan riset pasar , yang dapat menyusun metode yang dibutuhkan untuk mendapatkan informasi secara detail, serta dapat menyusun dan menyelesaikan masalah penelitian dalam riset pemasaran (Malhotra, 2020).

3.2.1 Jenis Penelitian

Menurut Malhotra (2020), *Research Design* diklasifikasikan 2 jenis, yaitu *Exploratory Research Design* dan *Conclusive Research Design*.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.3 Klasifikasi *Research Design*

Sumber : Malhotra (2020)

Exploratory Research Design adalah sebuah tipe *Research Design* untuk memberikan informasi terkait permasalahan yang dihadapi oleh peneliti. Sampel yang digunakan pada *Exploratory Research Design* berjumlah sedikit dan tidak representatif. Dengan karakteristik tersebut, *Exploratory Research Design* menggunakan pendekatan kualitatif (Malhotra, 2020).

Conclusive Research Design merupakan sebuah jenis *Research Design* yang berfungsi untuk evaluasi dan penentuan keputusan yang perlu diambil saat menghadapi sebuah kondisi yang ada. *Sample* yang digunakan pada *Conclusive Research Design* berjumlah besar dan representif. Dengan karakteristik tersebut, *Conclusive Research Design* berfungsi dalam uji hipotesis dan menganalisa korelasi diantara variabel

yang sedang diteliti (Malhotra, 2020). Berikut merupakan 2 jenis *Conclusive Research Design* menurut Malhotra (2020) :

1. *Causal Research*

   Jenis *Conclusive Research Design* yang guna memperoleh informasi terkait korelasi sebab dan akibat antara variabel (Malhotra, 2020).

2. *Descriptive Research*

   Jenis *Conclusive Research Design* guna menganalisa dan menjelaskan karakter dan manfaat dari pasar. Tipe dari *Descriptive Research, yaitu Cross-Sectional Design (*dalam jangka waktu tertentu dilakukan satu kali pengumpulan data informasi dari sampel populasi), *Cross-Sectional Design* dibagi menjadi 2, yaitu *Single Cross-Sectional Design* yang pengumpulan data informasi dari 1 kelompok sampel dan *Multiple Cross-Sectional Design* yang pengumpulan data informasi dari beberapa kelompok sampel yang beragam. *Longitudinal Research* (pengukuran sampel secara berulang kali tanpa mengubah variabel guna menganalisa dan mengetahui adanya perubahan atau tidak terkait perilaku responden terhadap sebuah fenomena seiring berjalannya waktu (Malhotra, 2020).

Conclusive Research Design (Descriptive Research) digunakan dalam penelitian ini, karena peneliti menganalisa korelasi sebab – akibat antar variabel, seperti *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Trust*, *Price Saving Benefits*, *Time Saving Benefits*, *Food Safety Risk Perception*, *Perceived Severity*, *Perceived Vulnerability*, dan *Customer Intention to Use* Maxim Food, serta peneliti ingin menganalisa karakteristik dan fungsi pasar di industri *online food-delivery*. Dalam mengumpulkan data informasi, peneliti membagikan kuesioner kepada individu sesuai dengan kriteria dan batasan masalah pada penelitian. Peneliti mengambil informasi secara *Single Cross-Sectional Design* karena hanya sekali pengambilan data dari kelompok sampel responden.

3.2.2 *Research* Data

Menurut Malhotra (2020), terdapat 2 jenis *Research Data* yang dapat digunakan untuk penelitian, sebagai berikut:

1. *Primary Data*

   Diperoleh peneliti secara spesifik terkait objek yang digunakan penelitian guna dapat memberikan solusi untuk menyelesaikan permasalahan penelitian yang ada (Malhotra, 2020).

2. *Secondary Data*

   Diperoleh peneliti dari informasi yang sudah ada sehingga *Secondary Data* relatif mudah didapatkan. *Secondary Data*

juga digunakan untuk mengatasi permasalahan penelitian (Malhotra, 2020).

Jenis *Research Data* berupa *Primary Data* & *Secondary Data* digunakan untuk penelitian ini. Peneliti menggunakan *Primary Data* dari penyebaran survei. Peneliti melakukan survei berupa kuesioner yang dibagikan kepada target responden yang sesuai dengan kriteria pada penelitian ini. Penyusunan kuesioner digunakan skala *likert* dari angka 1 sampai 7 (Sangat tidak setuju – Sangat setuju). Peneliti juga menggunakan *Secondary Data* guna memperoleh informasi mengenai fenomena yang sedang terjadi di dalam industri *online food-delivery* sebagai data pendukung untuk penelitian ini, dimana peneliti memperoleh *Secondary Data* dari artikel yang dapat diakses melalui *website*.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Target Populasi dan *Sample Unit*

Target populasi merupakan sekumpulan objek penelitian yang berisi informasi yang diperlukan sehingga peneliti dapat menyusun kesimpulan dan keputusan yang harus dilakukan untuk penelitian (Malhotra, 2020). *Sample unit* merupakan unit dasar yang berisikan beberapa objek populasi yang akan dijadikan menjadi sampel (Malhotra, 2020).

Target populasi dari penelitian ini adalah individu yang pernah menggunakan *online food-delivery*, tetapi belum pernah melakukan transaksi melalui Maxim Food untuk memesan makanan / minuman.

Sample unit dari penelitian ini adalah pria & wanita usia 17 Tahun – 25 Tahun, pernah menggunakan *online food-delivery* di masa pandemi *Covid-19*, pernah menggunakan *online food-delivery* untuk memesan makanan / minuman, mengetahui fitur Maxim Food dalam aplikasi Maxim, pernah mengoperasikan fitur Maxim Food, dan belum pernah melakukan transaksi pada Maxim Food untuk memesan makanan / minuman.

3.3.2 *Sampling Frame*

Sampling Frame adalah sebuah konsep terkait kumpulan objek yang telah menjadi target populasi, dimana elemen tersebut berisikan kumpulan yang dapat mengidentifikasi target populasi penelitian (Malhotra, 2020).

Sampling Frame tidak dimiliki oleh penelitian ini karena peneliti tidak memiliki data populasi yang akan dijadikan sebagai target responden didalam penelitian ini.

3.3.3 *Sampling Techniques*

Menurut Malhotra (2020), teknik pengumpulan data dibagi menjadi 2, sebagai berikut :

1. *Probability Sampling Technique*

   Sebuah teknik pengambilan sampel yang elemen populasi akan terpilih sebagai sampel dengan peluang yang sama (Maholtra, 2020). Menurut Malhotra (2020), *Probability Sampling* dibagi menjadi 4 tipe teknik, yaitu :

   a. *Sample Random Sampling*

      Elemen populasi telah diketahui dan terdapat peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel penelitian. Pengambilan sampel dengan teknik ini, akan dipilih secara acak dari *sampling frame* (Malhotra, 2020).

   b. *Systematic Sampling*

      Titik pertama akan terpilih secara acak, lalu setiap elemen populasi ke-n didalam *sampling frame* akan dipilih secara berturut-turut (Malhotra, 2020).

   c. *Stratified Sampling*

      Target populasi akan dibagi menjadi sub-populasi / strata. Melalui sub-populasi / strata tersebut, elemen populasi akan dipilih secara acak untuk dijadikan sampel penelitian (Malhotra, 2020).

   d. *Cluster Sampling*

      Target populasi terbagi ke dalam kelompok tertentu. Melalui kelompok tersebut, elemen populasi akan dipilih

secara acak untuk dijadikan sampel penelitian (Malhotra, 2020).

2. *Non- Probability Sampling Technique*

   Non-Probability Sampling Technique merupakan sebuah teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan penilaian dan kenyamanan yang dimiliki oleh peneliti (Malhotra, 2020). Menurut Malhotra (2020), *Non-Probability Sampling* dibagi menjadi 4 tipe teknik, yaitu :

   a. *Convenience Sampling*

      Teknik yang paling nyaman sebab siapapun dapat dipilih sebagai sampel penelitian sehingga sampel penelitian dapat didapatkan secara mudah (Malhotra, 2020).

   b. *Judgemental Sampling*

      Elemen populasi akan terpilih untuk dijadikan sampel penelitian berdasarkan penilaian dari peneliti (Malhotra, 2020).

   c. *Quota Sampling*

      Elemen populasi dipilih berdasarkan karakter tertentu yang kemudian akan ditentukan kuota elemen populasi yang akan dipilih sebagai sampel penelitian sesuai kenyamanan atau penilaian dari peneliti (Malhotra, 2020).

d. *Snowball Sampling*

Pemilihan sampel dilakukan secara acak, dimana responden selanjutnya akan dipilih berdasarkan karakteristik kelompok responden pertama (Malhotra, 2020).

Teknik *Non-Probability Sampling Technique* (*Judgemental Sampling)* dilakukan untuk pengumpulan data penelitian ini, karena peneliti melakukan pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang sesuai dengan batasan penelitian melalui *screening* kuesioner. serta tidak terdapat *sampling frame* terkait informasi responden.

3.3.4 *Sample Size*

Sample Size adalah banyaknya elemen yang akan digunakan oleh penelitian, dalam menentukan *sample size* akan melibatkan pertimbangan kualitatif dan kuantitatif (Malhotra, 2020). Menurut Hair et al. (2019), *sample size* disesuaikan dengan banyaknya indikator secara keseluruhan didalam penelitian, dimana total jumlah indikator pertanyaan kuesioner akan dikali 5, yaitu (n x 5). Terdapat 37 indikator didalam penelitian ini, maka minimum *sample size* yang harus dimiliki oleh penelitian ini, yaitu 185 responden yang diperoleh dari 37 x 5.

3.4 Prosedur Penelitian

3.4.1 Periode Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini dari periode bulan Februari 2022 sampai Juni 2022. Tersusunnya penelitian ini diawali dengan memilih objek yang akan diteliti, mencari data masalah yang dapat dijadikan sebagai fenomena permasalahan penelitian, menyusun latar belakang, menyusun masalah penelitian, menyusun penelitian terdahulu, melakukan pengumpulan dan pengolahan data, dan diakhiri dengan menyusun kesimpulan dan saran.

3.4.2 Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melewati beberapa prosedur sebagai berikut :

1. Mencari artikel yang dapat dijadikan sebagai data pendukung untuk penelitian, beserta mencari jurnal yang sesuai dengan penelitian.
2. Menyusun model penelitian dan hipotesis penelitian.
3. Menyusun tabel operasional dan kuesioner yang meliputi, *screening*, *profiling*, serta indikator pertanyaan yang sesuai dengan variabel penelitian.
4. Menyebarkan kuesioner kepada 40 responden lolos *screening* untuk dilakukan uji *Pre-Test*.

5. Melakukan *Pre-Test* uji validitas dan reliabilitas melalui SPSS versi 26 terhadap 40 responden yang telah lolos *screening*.
6. Melanjutkan penyebaran kuesioner kepada minimal 185 responden untuk dilakukan uji *Main-Test*.
7. Melakukan *Main-Test* uji validitas, reliabilitas, dan hipotesis.

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Independen

Variabel independen merupakan terdapatnya pengaruh yang dimiliki sebuah variabel yang akan dilakukan pengukuran dan perbandingan dalam penelitian (Malhotra, 2020). Variabel independen sebagai penyebab atas terjadinya perubahan terhadap variabel dependen (Hair et al., 2019). Beberapa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Price Saving Benefits, Time Saving Benefits, Perceived Severity,* dan *Perceived Vulnerability*.

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang terkena pengaruh dari variabel independen (Malhotra, 2020). Variabel dependen merupakan variabel yang memperoleh sebuah dampak dari variabel independen

(Hair et al., 2019). *Customer Intention to Use* merupakan variabel dependen didalam penelitian ini.

3.5.3 Variabel Teramati

Menurut Malhotra (2020), variabel teramati merupakan variabel yang dapat menggambarkan / mempresentasikan seluruh variabel yang akan diukur pada penelitian. Variabel teramati yang digunakan yaitu, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Price Saving Benefits, Time Saving Benefits, Perceived Severity, Perceived Vulnerability*, dan *Customer Intention to Use.*

3.6 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasionalisasi	Kode	Indikator	Skala
1.	*Perceived Usefulness*	*Perceived Usefulness* didefinisikan sebagai kegunaan bagi pengguna layanan teknologi yang mencakup mesin pencarian, dan layanan lainnya yang dapat diperoleh oleh pengguna sehingga pengguna dapat memenuhi kebutuhannya secara efisien (Kim & Song (2010).	PU1	Saya merasa menggunakan layanan Maxim Food merupakan cara yang efisien untuk memesan makanan. (Castaneda, Munoz Leiva & Luque, 2007)	*Likert scale* (1 yaitu "Sangat Tidak Setuju"; 7 yaitu"Sangat Setuju").
			PU2	Saya merasa menggunakan layanan Maxim Food akan memudahkan aktifitas dalam memesan makanan	

				(Castaneda, Munoz Leiva & Luque, 2007)	
			PU3	Saya merasa Maxim Food menyediakan daftar peringkat restoran akan memudahkan saya untuk menemukan restoran yang berkualitas . (HakJun Song, Wenjia Jasmine Ruan , Yu Jung Jennifer Jeon, 2021)	
			PU4	Saya merasa bahwa saya dapat membandingkan berbagai restoran melalui layanan Maxim Food. (HakJun Song, Wenjia Jasmine Ruan , Yu Jung Jennifer Jeon, 2021)	
2	*Perceived Ease of Use*	*Perceived Ease of Use* didefinisikan sebagai sebuah persepsi dari seseorang terkait kemudahan yang dirasakan saat menggunakan sebuah sistem (Davis et al., 1989).	PEOU1	Mudah bagi saya untuk menemukan apa yang saya inginkan pada layanan maxim food (Castaneda, Munoz Leiva & Luque, 2007) ; Xie et al. (2017)	*Likert scale* (1 yaitu "Sangat Tidak Setuju"; 7 yaitu"Sangat Setuju").

			PEOU2	Mudah bagi saya memahami petunjuk pada layanan Maxim Food. (Castaneda, Munoz Leiva & Luque, 2007) ; Xie et al. (2017)	
			PEOU3	Mudah bagi saya menjadi terampil dalam menavigasi melalui layanan Maxim Food. (Castaneda, Munoz Leiva & Luque, 2007) ; Xie et al. (2017)	
			PEOU4	Opsi filter pada layanan Maxim Food (misalnya harga makanan, perkiraan pengiriman waktu) akan sangat membantu saya dalam memesan makanan. (Pipatpong Fakfare, D.HTM, 2021).	
3.	*Trust*	*Trust* didefinisikan sebagai sebuah rasa kepercayaan dalam kontek berbelanja secara online, dimana konsumen bersedia untuk mengandalkan penyedia layanan online dan melakukan keputusan pembelian	TR1	Saya mempercayai layanan Maxim Food. (Huang et.al. 2006)	*Likert scale* (1 yaitu "Sangat Tidak Setuju"; 7 yaitu"Sangat Setuju").
			TR2	Saya merasa bahwa layanan Maxim Food dapat dipercaya. (Huang et.al. 2006)	

		sebagai rasa yakin terhadap penyedia layanan online tersebut (Jarvenpaa & Tractinsky, 1999).	TR3	Saya mempercayai Maxim Food dapat memberikan layanan sesuai dengan yang ditawarkan (Huang et.al. 2006)	
			TR4	Saya merasa layanan Maxim Food bertanggung jawab atas kualitas pengiriman makanan. (Jarvenpaa et al. (2000)	
4.	*Price Saving Benefits*	*Price Saving Benefits* didefinisikan sebagai manfaat penghematan uang (misalnya, promosi diskon, pengiriman/layanan dengan harga yang murah), serta tidak memberikan biaya tambahan apa pun untuk pembelian sebuah produk/layanan, seperti memberikan ongkos kirim secara gratis (Yeo, Goh, & Razaei, 2017),	PSB1	Saya merasa menggunakan layanan Maxim Food akan dapat menghemat biaya pemesanan makanan. (Yeo, Goh, & Razaei, 2017)	*Likert scale* (1 yaitu "Sangat Tidak Setuju"; 7 yaitu"Sangat Setuju").
			PSB2	Saya merasa layanan Maxim Food akan menawarkan biaya pengiriman yang lebih murah. (Yeo, Goh, & Razaei, 2017)	
			PSB3	Saya merasa layanan Maxim Food akan menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada biaya	

				yang telah saya keluarkan untuk memesan makanan. (Yeo, Goh, & Razaei, 2017)	
			PSB4	Saya merasa layanan Maxim Food akan memiliki harga yang wajar. (Nishi, 2017; Venkatesh et al., 2012)	
5.	*Time Saving Benefits*	*Time Saving Benefits* didefinisikan sebagai sebuah dimensi yang melingkupi rasa kenyamanan seseorang karena terhindar dari lalu lintas, waktu menunggu dan membandingkan harga makanan secara efisien dan efektif (P. Fakfare, 2021)	TSB1	Saya merasa menggunakan layanan Maxim Food akan menghemat waktu saya. (Yeo, Goh, & Razaei, 2017)	*Likert scale* (1 yaitu "Sangat Tidak Setuju"; 7 yaitu"Sangat Setuju").
			TSB2	Saya merasa menggunakan layanan Maxim Food akan membantu saya menyelesaikan banyak hal dengan lebih cepat dalam proses pembelian makanan. (Yeo, Goh, & Razaei, 2017)	
			TSB3	Saya merasa bahwa pembelian makanan yang dilakukan secara cepat melalui layanan Maxim Food itu penting. (Yeo, Goh, & Razaei, 2017)	

			TSB4	Saya merasa layanan Maxim Food akan membuat saya tidak perlu menunggu di restoran ketika memesan makanan. (Pipatpong Fakfare, D.HTM, 2021)	
6.	*Food Safety Risk Perception*	*Food Safety Risk Perception* didefinisikan sebagai sebuah isu pada makanan karena adanya resiko kotaminasi fisik, kimia, atau biologi yang tidak terdidentifikasi pada sebuah produk pangan (V .A. Machado Nardi, et al., 2020).	FSRP1	Saya merasa dapat mengalami keracunan makanan jika memesan melalui Maxim Food. (Lando et al. 2016)	*Likert scale* (1 yaitu "Sangat Tidak Setuju"; 7 yaitu"Sangat Setuju").
			FSRP2	Saya merasa bahwa kebersihan makanan pada layanan Maxim Food yang kurang terjaga merupakan masalah keamanan pangan yang serius. (Lando et al. 2016)	
			FSRP3	Saya merasa makanan yang dikirim oleh layanan Maxim Food kemungkinan besar mengandung	

				kuman atau mikroorganisme lain yang dapat menyebabkan timbulnya penyakit. (Lando et al. 2016)	
			FSRP4	Saya merasa khawatir terhadap kualitas makanan yang dikirim oleh Maxim Food selama pandemi COVID-19 (Fauzia Jabeen, Puneet Kaur , Shalini Talwar , Suresh Malodia, Amandeep Dhir, 2022)	
7.	*Perceived Severity*	*Perceived Severity* merupakan keyakinan terkait tingkat bahaya dari penyakit atau keadaan berbahaya yang dapat muncul dari sebuah perilaku tertentu (Sukeri et al.,2020).	PS1	COVID-19 dapat menyebabkan saya sakit untuk waktu yang lama. (Ali, Harris, & Ryu, 2019 ; Chayanto et al. (2016); Cui et al.(2017)); Yazdanpanah et al. (2015)	*Likert scale* (1 yaitu "Sangat Tidak Setuju"; 7 yaitu"Sangat Setuju").
			PS2	Jika saya terkena COVID-19, maka akan memiliki pengaruh negatif yang parah pada	

				kesehatan hidup saya. (Ali, Harris, & Ryu, 2019 ; Chayanto et al. (2016); Cui et al.(2017)); Yazdanpanah et al. (2015)	
			PS3	Saya takut akan meninggal jika saya terinfeksi COVID-19. (Ali, Harris, & Ryu, 2019 ; Chayanto et al. (2016); Cui et al.(2017)); Yazdanpanah et al. (2015)	
			PS4	Saya merasa bahwa seseorang yang terinfeksi COVID-19 akan memiliki dampak yang lebih serius daripada terinfeksi penyakit lain. (Ali, Harris, & Ryu, 2019 ; Chayanto et al. (2016); Cui et al.(2017)); Yazdanpanah et al. (2015)	

			PS5	Saya merasa bahwa seseorang yang terinfeksi COVID-19 sulit disembuhkan. (Ali, Harris, & Ryu, 2019 ; Chayanto et al. (2016); Cui et al.(2017)); Yazdanpanah et al. (2015)	
8.	*Perceived Vulnerability*	*Perceived Vulnerability* didefinisikan sebagai persepsi resiko atau adanya kemungkinan tertular masalah kesehatan (Witte ,1992).	PV1	Saya tidak percaya bahwa COVID-19 akan menjadi masalah, meskipun ada wabah COVID-19 di daerah saya. (Ali, Harris, & Ryu, 2019)	*Likert scale* (1 yaitu "Sangat Tidak Setuju"; 7 yaitu"Sangat Setuju").
			PV2	Saya tidak akan terinfeksi COVID-19, hanya karena seseorang terinfeksi COVID-19. (Ali, Harris, & Ryu, 2019)	
			PV3	Saya melihat wabah COVID-19 di media sebagai masalah yang terkendali sehingga tidak menjadi masalah bagi	

				saya. (Ali, Harris, & Ryu, 2019)	
			PV4	Saya sehat sehingga saya tidak percaya bahwa saya rentan terhadap COVID-19. (Ali, Harris, & Ryu, 2019)	
9.	*Customer Intention to Use*	*Customer Intention to Use* didefinisikan sebagai adanya niat dari seorang individu dalam menerima penggunaan sebuah teknologi (Nookhao & Chaveesuk, 2019).	CIU1	Saya berencana untuk menggunakan layanan Maxim Food di masa mendatang. (Yeo, Goh, & Razaei, 2017)	*Likert scale* (1 yaitu "Sangat Tidak Setuju"; 7 yaitu"Sangat Setuju").
			CIU2	Jika memungkinkan, saya akan mencoba menggunakan layanan Maxim Food. (Yeo, Goh, & Razaei, 2017)	
			CIU3	Saya akan mencoba menggunakan layanan Maxim Food jika diperlukan. (Yeo, Goh, & Razaei, 2017)	
			CIU4	Saya berniat untuk memesan makanan menggunakan layanan Maxim Food. (Arghya Ray ,	

				Amandeep Dhir , Pradip Kumar Bala , Puneet Kaur, 2019)	

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Instrumen

Intsrumen utama pada penelitian ini berupa kuesioner, peneliti mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner, dimana data dari kuesioner tersebut dilakukan pengukuran melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilakukan sebanyak 2 kali, yaitu pada uji *Pre-Test* dan *Main-Test*.

3.7.2 Uji Validitas

Menurut Malhotra (2020), uji validitas merupakan sejauh mana sebuah perbedaan skala dapat mengukur objek penelitian secara akurat. Uji validitas dilakukan guna mengukur apakah sebuah survei melalui kuesioner valid / tidak (Malhotra, 2020)..

Sebuah skala digunakan pada penelitian dalam mengukur indikator pertanyaan yang terkait dengan variabel penelitian. Dalam uji validitas, sebuah indikator pertanyaan dalam variabel penelitian dapat dianggap valid jika sesuai dengan syarat, sebagai berikut:

Tabel 3.2 Tabel Ukuran validitas dan Syarat Validitas

No	Ukuran Validitas	Syarat Validitas
1.	***Kaiser Meyer-Olkin (KMO)*** Merupakan sebuah acuan untuk mengukur kelayakan analisa faktor (Malhotra, 2020).	Nilai KMO ≥ 0.5 menujukkan analisis faktor yang tepat (Malhotra, 2020).
2.	***Bartlett Test of Sphericity*** Merupakan uji statistic untuk uji hipotesis sehingga dapat mengetahui adanya korelasi / tidak antar variabel penelitian (Malhotra, 2020).	Sig < 0,05 menujukkan terdapat hubungan signifikan antar variabel (Hair et al., 2019).
3.	***Measure of Sampling Adequacy (MSA)*** Merupakan pengukuran guna mengetahui adanya korelasi / tidak pada setiap variabel (Hair et al., 2019).	Nilai Anti Image ≥ 0.5 menujukkan adanya hubungan pada setiap variabel (Hair et al., 2019).
4.	***Factor Loadings of Componen Matrix*** Merupakan pengukuran yang bertujuan untuk menganalisis karakteristik faktor tertentu, serta hubungan antar variabel (Hair et al., 2020).	Nilai Matrix ≥ 0,5 menujukkan *Factor Loadings of Componen Matrix* signifikan.

3.7.3 Uji Reliabilitas

Menurut Malhotra (2020), uji reliabilitas merupakan seberapa besar skala memiliki hasil konstan jika diukur berkali-kali. Reliabilitas juga merupakan indikator dari *convergent variable* (Hair et al., 2019). *Cronbach's Alpha digunakan* saat uji reliabilitas, dimana sebuah variabel akan dinyatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* menujukkan angka diatas 0.70 (Hair et al., 2019).

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

3.7.4.1 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas berguna untuk uji model regresi agar dapat menemukan ada / tidaknya korelasi pada variabel independen (Ghozali, 2018). Jika tidak terdapat korelasi di antara variabel independen, sebuah model regresi dapat dikatakan bagus. Tetapi, jika terdapat korelasi di antara vaiabel independen, variabel-variiabel tidak orthogonal sehingga bermakna bahwa antar variabel independen memiliki nilai korelasi sama dengan nol (Ghozali, 2018).

Menurut Ghozali (2018), ada beragam cara dalam menemukan terdapat / tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi, yaitu :

a. Nilai R^2 yang sangat tinggi dari model regresi empiris, tetapi terdapat banyak variabel independen yang tidak memberikan pengaruh kepada variabel dependen secara individual (Ghozali, 2018).
b. Melakukan analisis matrik korelasi untuk seluruh variabel independen. Jika ditemukan korelasi yang cukup besar antar variabel independen (> 0.90), berarti ditemukannya multikolonieritas (Ghozali, 2018).

c. Perhatikan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor*, dimana nilai Tolerance ≥ 0.10 atau nilai VIF ≤ 10 yang berarti ditemukan multikolonieritas (Ghozali, 2018).

3.7.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bermanfaat dalam uji model regresi, apakah terdapat perbedaan *variance* dan residual satu pandangan ke pandangan lainnya (Ghozali, 2018). Menurut Ghozali (2018), model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas / homoskesdatisitas akan dianggap baik. Terdapat beragam cara dalam menemukan heteroskedastisitas, yaitu melalui *uji scatterplot, uji park, uji glejser*, dan *uji white* (Ghozali, 2018).

Dalam uji Heteroskedastisitas, peneliti menggunakan uji *Park* guna menganalisa apakah ditemukan terjadi heteroskedastisitas atau tidak. Ghozali (2018) menyatakan bahwa pada uji *Park*, jika koefisien parameter beta dari persamaan regresi menunjukkan signifikan secara statistik (≤ 0.05), berarti terjadi heteroskedastisita, dan sebaliknya jika koefisien parameter beta dari persamaan regresi menunjukkan signifikan secara statistic, berarti tidak dotemukan heteroskedastisitas pada data model empiris.

3.7.4.3 Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna dalam uji model regresi, variabel residual yang berdistribusi secara normal (Ghozali, 2018). Nilai residual menuruti distribusi normal berdasarkan asumsi dari uji T dan uji F, uji statistic tidak valid dalam sampel yang berjumlah sedikit jika tidak sesuai dengan asumsi tersebut (Ghozali, 2018). Menurut Ghozali (2018), terdapat 2 cara dalam mengetahui residual memiliki distribusi secara normal / tidak, yaitu :

a. Analisa grafik

   Cara paling mudah untuk menemukan normal residual melalui grafik histogram yang membandingkan data observasi dan distribusi yang mendekati (Ghozali, 2018).

b. Analisa Statistik

   Digunakan untuk melengkapi uji normalitas dengan analisis grafik agar lebih akurat, dengan memperhatikan nilai kurtosis dan *skewness* dari residual (Ghozali, 2018).

Grafik histogram, grafik Normal *P-Plot of Regression Standardized Residual*, dan melalui uji statistik n*onparametric Kolmogorov-Smirnov* digunakan penelitian ini sebagai pengujian normalitas.

Pada analisis grafik histogram, variabel yang memiliki distribusi tidak normal akan menujukkan histogram yang menceng kekiri atau kekanan (Ghozali, 2018). Agar lebih akurat, maka peneliti melakukan

analisis grafik normal *P-Plot* yang akan menunjukkan garis lurus diagonal dan mengikuti arah garis diagonal jika variabel berdistribusi secara normal (Ghozali, 2018). Analisis grafik dapat menyesatkan jika tidak dilihat secara seksama, untuk memastikan peneliti menggunakan uji statistik *nonparametric Kolmogorov-Smirnov* yang terdapat 3 pendekatan, berupa *asymptotic, monte carlo, dan exact*. Uji statistik *nonparametric Kolmogorov-Smirnov* yang digunakan peneliti adalah *Monte Carlo* yang dapat dinyatakan terjadi distribusi normal jika menunujukkan nilai signifikan > 0.05.

3.7.5 Uji Model

3.7.5.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk pengukuran kekuatan model dalam menjelaskan seluruh variabel dependen (Ghozali, 2018). Koefisien determinasi (R^2) memiliki nilai nol sampai satu, dimana jika nilai koefisien determinasi kecil berarti variabel-variabel independen terbatas untuk menjelaskan varibel dependen dan sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi mendekati satu, maka variabel independen dapat menjelaskan seluruh variabel dependen (Ghozali, 2018). Menurut Ghozali (2018), nilai R^2 bias terhadap jumlah variabel independen didalam model sehingga disarankan untuk menggunakan Adjusted R^2 dalam menganalisa model regresi karena Adjuster R^2 dapat mengalami kenaikan atau penurunan saat 1 variabel independen dimasukkan ke

dalam model (Ghozali, 2018). Analisa model regresi pada penelitian ini menggunakan Adjusted R^2.

3.7.6 Uji Hipotesis

3.7.6.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistic F berguna dalam mengetahui pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan bersamaan (Ghozali, 2018). HA dapat diterima pada uji ftatistik F apabila Sig <0.05 (Ghozali, 2018). Terdapat bentuk hipotesis dan penjelasannya menurut Ghozali (2018) :

H0: $b1 = b2 = \ldots = bk = 0$

Menujukkan seluruh variabel independen tidak menjelaskan variabel dependen yang signifikan.

HA: $b1 \neq b2 \neq \ldots \neq bk \neq 0$

Menujukkan seluruh variabel independen menjelaskan variabel dependen yang signifikan secara bersamaan.

3.7.6.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)

Uji Statistik T bertujuan dalam mengetahui pengaruh dari setiap variabel independen kepada variabel dependen (Ghozali, 2018). HA dapat diterima pada uji statistik T apabila nilai T hitung > T tabel dan Sig < 0.05 (Ghozali, 2018).Terdapat gambaran hipotesis dan penjelesannya menurut Ghozali (2018) :

H0: bi = 0

Menunjukkan variabel independen tidak menjelaskan variabel dependen dengan signifikan.

HA: bi ≠ 0

Menujukkan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen dengan signifikan.

3.7.6.3 Uji Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linier Berganda bertujuan saat pengukuran kekuatan hubungan linear antara dua variabel, dan menujukkan arah korelasi antara variabel dependen dan variabel independen (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode regresi linier berganda (*Multiple Regression*). Persamaan regresi penelitian ini, berupa :

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

maupun,

$Y = a + b_1PU + b_2PEOU + b_3TR + b_4PSB + b_5TSB + b_6FSRP + b_7PS + b_8PV + e$

Keterangan :

Y = *Customer Intention to Use*

PU = *Perceived Usefulness*

PEOU = *Perceived Ease of Use*

TR = *Trust*

PSB = *Price Saving Benefits*

TSB = *Time Saving Benefits*

FSRP = *Food Safety Risk Perception*

PS = *Perceived Severity*

PV = *Perceived Vulnerability*

a = Konstanta

b = Koefisien Garis Regresi

e = *Error*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA