

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Restoran *fast food* A&W merupakan bisnis makanan yang masuk dalam kategori restoran *fast food* yang berasal dari Amerika Serikat tepatnya di California dan ditemukan pada tahun 1919. Berdiri pertama kali di Indonesia pada tahun 1985, dengan produk utamanya yaitu fried chicken atau ayam goreng dan produk khas A&W yaitu root beer dan root beer float. Di Indonesia sendiri, A&W sudah memiliki kurang lebih 295 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia. A&W memiliki berbagai menu yang dimana menu tersebut dapat dibeli satuan maupun secara pake.



Gambar 3.1 Logo restoran *fast food* A&W

Sumber: facebook.com/AWIndonesia

A&W memiliki beberapa variasi menu seperti Paket Gratis, Paket Kentang, AW Picnic Barrel, AW Many Good Friends & Family dan AW Hari-Hari Untung, Menu A&W Ala Carte dan Minuman & Dessert. Variasi dari pilihan menu tersebut nikmat disantap pada kapanpun serta dimanapun, bersama keluarga, orang-orang terkasih, teman, maupun dinikmati sendiri. Berbagai variasi menu yang ditawarkan memberikan pilihan rasa yang beragam juga sehingga menjadi pilihan banyak masyarakat Indonesia yang menyukai makanan *fast food*. Berikut merupakan tampilan dari menu restoran *fast food* A&W.



Gambar 3.2 Menu Paket Gratis
 Sumber: facebook.com/AWIndonesia

Berdasarkan pada gambar 3.2, dapat dilihat bahwa terdapat menu yang menjual ayam goreng, nasi, burger, sup, nasi nox dan minuman khas dari A&W yaitu root beer. Menu yang ditawarkan berbentuk paket yang dimana memiliki porsi untuk 1 orang sehingga lebih cocok untuk dinikmati sendiri dan memilih pake menu sesuai dengan preferensi dari *customer* yang sesuai dengan menu yang tercantum pada gambar tersebut. *Customer* dapat memilih ingin menyantap makanan yang dicantumkan sesuai di menu dengan nasi sebagai pendamping atau dengan sup.



Gambar 3.3 Menu Paket Kentang
 Sumber: facebook.com/AWIndonesia

Berdasarkan gambar 3.3, dapat dilihat bahwa terdapat menu yang menjual ayam goreng, *burger*, *wrap*, kentang serta minuman root beer. Menu yang ditawarkan merupakan menu dalam bentuk paket yang dimana memberikan pilihan yang variatif kepada *customer* mengenai makanan yang ingin dipilih oleh *customer*. Dengan rasa serta jenis makanan yang beragam memberikan kenikmatan pada diri *customer* untuk memilih menu yang dipilih serta makanan pendamping yang dipilih. Dalam Paket Kentang, *customer* dapat memilih jenis kentang serta makanan pendampingnya.



Gambar 3.4 Menu A&W Picnic Barrel

Sumber: awrestaurant.co.id

Berdasarkan pada gambar 3.4, dapat dilihat bahwa terdapat menu dari A&W yang dimana menu tersebut memiliki porsi yang besar sehingga diperuntukan untuk dinikmati beramai-ramai. Dalam paket tersebut, berisikan ayam, nasi burger dan root beer. *Customer* dapat memilih sesuai dengan preferensinya masing-masing mengenai pemilihan paket yang dimana terdapat 3 Paket Picnic Barrel yang isinya pun berbeda-beda.



Gambar 3.5 Menu A&W Good Friends

Sumber: awrestaurant.co.id

Berdasarkan gambar 3.5, terdapat tampilan menu yang berisikan nasi, ayam goreng, sup, serta minuman root beer. Menu tersebut merupakan menu Good Friends yang dimana merupakan menu dengan porsi yang dapat dibagi bersama-sama. Porsi yang banyak dari menu tersebut, dapat disantap bersama orang-orang terdekat, teman-teman atau rekan kerja disaat sedang berkumpul bersama-sama dimana pun dan kapan pun.



Gambar 3.6 Menu A&W Hari-Hari Untung

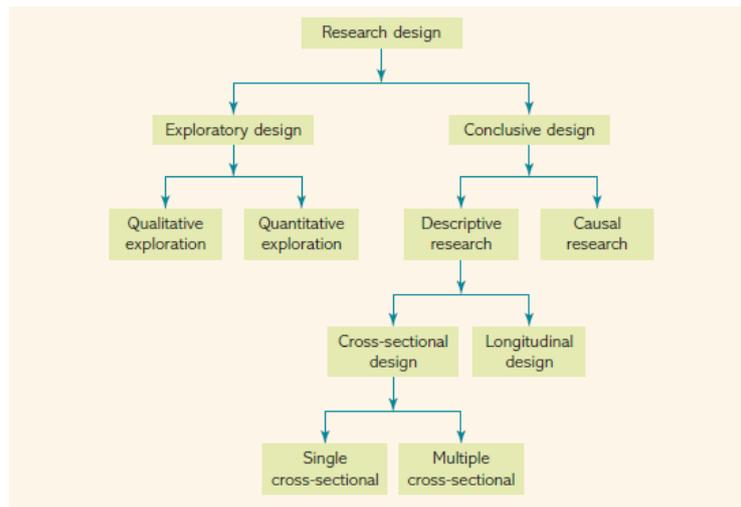
Sumber: awrestaurant.co.id

Pada gambar 3.6, merupakan tampilan menu dari paket Hari-Hari Untung yang dimana merupakan paket yang memberikan pilihan menu makanan dengan harga yang sesuai dengan *customer* yang memiliki budget tidak banyak tetapi menginginkan makanan yang lengkap. Porsi dari makanan dalam menu Paket Hari-Hari Untung, ditujukan untuk 1 orang dengan isi yang beragam seperti nasi, ayam goreng dan telur. Tidak hanya itu tetapi juga ada yang memakai *waffle* atau *beef patty* sesuai dengan pilihan paket yang dipilih.

3.2 Desain Penelitian

Pada suatu penelitian, terdapat dua metode untuk mendapatkan jawaban atau cara mengumpulkan jawaban yaitu dengan metode kualitatif dan kuantitatif. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif yang dimana menurut Schutt (2019) adalah sebuah kumpulan dari teknik yang dimana menggunakan angka untuk merepresentasikan sebuah realita yang empiris serta mengadopsi sebuah pemikiran yang dimana sebuah lingkungan sosial dapat dipahami oleh peneliti yang mengukur karakteristiknya.

Desain penelitian merupakan sebuah kerangka kerja atau sebuah rencana yang dimana didalamnya merincikan sebuah prosedur yang penting untuk mendapatkan informasi yang digunakan dalam menyusun atau menyelesaikan masalah dari suatu penelitian atau riset. Research design terbagi menjadi 2 jenis, yaitu *exploratory* dan *conclusive*. (Malhotra *et al*, 2020).



Gambar 3.7 Bagan penjelasan desain penelitian

Sumber: Malhotra *et al* (2020)

Malhotra *et al* (2020) membagi research design kedalam 2 jenis design yang digunakan dalam sebuah penelitian yaitu:

1. *Exploratory Research Design*

Exploratory research design adalah sebuah design penelitian yang dimana memiliki karakteristik yang fleksibel serta memiliki pendekatan yang akan berkembang sesuai dengan penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk memahami fenomena yang ada dan sulit untuk dilakukan pengukuran oleh peneliti. *Exploratory Research Design* bersifat fleksibel, tak terstruktur serta bisa berkembang seiring dengan jalannya penelitian. Biasanya *Exploratory Research design* menggunakan data primer dengan tehnik pengumpulannya secara kualitatif dan kuantitatif. Dalam pengumpulan data *Exploratory Research design* dapat dikumpulkan dengan cara *In-Depth Interview*, survei dan FGD (*Focus group discussion*).

2. *Conclusive Research Design*

Conclusive Research Design adalah sebuah design penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan sebuah fenomena yang spesifik, untuk menguji hipotesis dan mencari lebih dalam mengenai sebuah hubungan tertentu. Biasanya sampel yang digunakan dalam jumlah yang besar dan menjadi representatif, tehnik pengumpulan datanya pun biasanya memakai data kuantitatif. *Conclusive Research Design* bersifat lebih terstruktur dibandingkan dengan *Exploratory Research Design*. *Conclusive research design* memiliki 2 jenis penelitian yaitu:

A. *Descriptive Research*

Descriptive Research merupakan sebuah penelitian yang dimana tujuannya adalah untuk mendeskripsikan suatu karakteristik atau fungsi dari sebuah pasar. *Descriptive Research* terbagi menjadi 2 jenis yaitu:

1. *Cross-Sectional Design*

Cross-Sectional Design merupakan sebuah design penelitian yang mengumpulkan informasi sekali saja dari sebuah sampel dalam suatu populasi. *Cross-Sectional Design* terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

a. *Single-Cross Design*

Single-Cross Design merupakan sebuah design penelitian yang dimana hanya mengambil 1 sampel dalam sebuah populasi dan hanya menggali informasi sekali saja dari sampel tersebut.

b. *Multiple-Cross Design*

Multiple-Cross Design merupakan sebuah design penelitian yang dimana bisa memakai sampel sebanyak 2 atau lebih dan dapat mengambil informasi dari masing-masing sampel yang dipilih.

2. *Longitudinal Design*

Longitudinal Design merupakan sebuah design penelitian yang dimana sampel populasi yang sama akan diukur berulang kali dengan tujuan untuk memberikan sebuah gambaran situasi yang berubah-ubah setiap waktunya.

B. *Casual Research*

Casual Research merupakan sebuah tipe penelitian yang dimana memiliki tujuan untuk mendapatkan bukti mengenai sebab akibat dari suatu hubungan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Conclusive Research Design* dan turunan jenis penelitiannya yaitu *Descriptive Research Design*. Jenis dari *Descriptive Research Design* yang peneliti gunakan melalui *Cross Sectional Design* adalah *Single Cross Sectional Design*. Peneliti memiliki tujuan yaitu untuk menguji sebuah hipotesis serta mengetahui mengenai pengaruh antar variabel, oleh karena itu peneliti menggunakan *Conclusive Research Design*. *Descriptive Research Design* digunakan oleh peneliti karena penelitian ini menjelaskan karakteristik serta fungsi pasar dari restoran *fast food* A&W. Dalam mengumpulkan responden, peneliti menggunakan metode survei. Dalam pemilihan *Single Cross Sectional Design*, peneliti memiliki alasan yaitu karena dalam mengumpulkan informasi dari sampel hanya sekali saja dilakukannya.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Malhotra *et al* (2020), populasi merupakan suatu kumpulan dari keseluruhan elemen yang dimana elemen tersebut berbagi satu karakteristik yang serupa. Populasi dalam penelitian ini merupakan orang-orang yang sudah pernah membeli produk dari restoran *fast food* A&W.

3.3.2 Sampel

Menurut Malhotra *et al* (2020), sampel merupakan sebuah subgroup dari populasi yang dipilih untuk mengikuti suatu penelitian. Sampel dalam penelitian ini merupakan pria dan wanita yang berusia minimal 20 tahun serta pernah membeli atau suka dengan produk restoran *fast food* A&W. Perkembangan otak pada manusia yang berumur 20 tahunan menengah menuju akhir 20 tahunan, telah selesai berkembangannya dan sudah dalam tahapan otak yang sudah matang (National Institute of Mental Health, 2023). Maka dari itu peneliti menggunakan sampel yang berumur minimal 20 tahun.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Malhotra *et al* (2020), *Sampling Frame* merupakan sebuah representasi dari sebuah populasi yang ditargetkan dengan tujuan untuk mengidentifikasi target populasi dari penelitian. Dalam membagi *Sampling Techniques*, Malhotra *et al* (2020) membaginya menjadi dua jenis yaitu *Non-Probability Sampling* dan *Probability Sampling*. *Non-Probability Sampling* merupakan sebuah sampling technique yang sampel pada suatu populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dapat terpilih, dalam artian harus sesuai dengan syarat yang dibutuhkan oleh peneliti. Sedangkan, *Probability Sampling* merupakan sebuah *Sampling Technique* yang dimana sampel pada suatu populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih pada penelitian.

Menurut Malhotra *et al* (2020) terdapat 4 jenis *Probability Sampling*, berikut merupakan penjelasan dari 4 jenis *Sampling Technique* dari *Probability Sampling* yaitu:

- *Simple Random* merupakan sebuah bagian dari *Probability Sampling* yang dimana setiap elemen pada populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih serta sampel akan dipilih secara acak.
- *Systematic Sampling* merupakan sebuah bagian dari *Probability Sampling* yang dimana dalam memilih sampelnya akan dimulai dari sampel awal yang acak lalu akan dilanjutkan pada setiap elemen ke-n akan melanjutkannya.
- *Stratified Sampling* merupakan sebuah bagian dari *Probability Sampling* yang dimana dalam memilih sampelnya dibagi menjadi beberapa sub-populasi atau strata.
- *Cluster Sampling* merupakan sebuah bagian dari *Probability Sampling* yang dimana dalam memilih sampelnya terdapat dua tahap yaitu memasukan kedalam suatu sub-populasi bernama *cluster* lalu nanti akan dipilih secara acak dari *cluster* yang sudah dibuat

Non-Probability Sampling memiliki 4 jenis *Sampling Technique* menurut Malhotra *et al* (2020). Berikut merupakan penjelasan dari 4 jenis *Sampling Technique* dari *Non-Probability Sampling* yaitu:

- *Convenience Sampling* merupakan sebuah bagian dari *Non-Probability Sampling* yang dimana sampel dipilih dikarenakan sampel tersebut berada pada waktu serta tempat yang kebetulan bersamaan dengan berlangsungnya penelitian.
- *Judgemental Sampling* merupakan sebuah bagian dari *Non-Probability Sampling* yang dimana sampel dipilih berdasarkan penilaian yang diberikan peneliti kepada sampel pada suatu

populasi. Maksudnya adalah penilaian mengenai apakah sampel dari populasi pantas untuk mengikuti penelitian yang berlangsung.

- *Quota Sampling* merupakan sebuah bagian dari *Non-Probability Sampling* yang dimana terdapat dua tahapan untuk mengambil sampel. Pada langkah pertama, dilakukan pengembangan terhadap sebuah kategori atau quota dari elemen pada populasi. Pada tahap kedua, elemen sampel lalu dipilih atas dasar penilaian dari peneliti atau secara kebetulan.
- *Snowball Sampling* merupakan sebuah bagian dari *Non-Probability Sampling* yang dimana sampel didapatkan dari rekomendasi sampel pertama yang dipilih oleh peneliti. Sampel pertama yang dipilih oleh peneliti nantinya akan memberikan informasi serta merekomendasikan sampel lain untuk dimintai informasi.

Dalam penelitian ini, sampling technique yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Judgmental Sampling*. Pemilihan sampling technique tersebut dengan alasan bahwa sampel dipilih sesuai dengan penilaian serta kriteria yang dimiliki oleh peneliti yaitu laki-laki atau perempuan berumur minimal 20 tahun dan sudah pernah membeli produk restoran *fast food* A&W sehingga peneliti memilih *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Judgmental Sampling*.

3.4.1 Identifikasi Variabel Penelitian

3.4.1.1 Variabel Eksogen

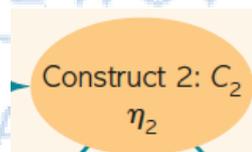


Gambar 3.8 Variabel eksogen

Sumber: Malhotra *et al* (2020)

Variabel eksogen merupakan sebuah jenis variabel yang independent sehingga tidak dapat dijelaskan oleh variabel lain didalam model (Malhotra *et al*, 2020). Pada penelitian ini, variabel eksogen terdiri dari *Food Quality*, *Employee Service Quality* dan *Physical Environment Quality*

3.4.1.2 Variabel Endogen



Gambar 3.9 Variabel endogen

Sumber: Malhotra *et al* (2020)

Variabel endogen merupakan sebuah jenis variabel yang dijelaskan oleh variabel lain dalam suatu model sehingga memiliki satu atau lebih arah panah dari variabel eksogen atau variabel endogen lainnya (Malhotra *et al*, 2020). Pada penelitian ini, variabel endogen terdiri dari *Customer Perceived Value*, *Customer Satisfaction* dan *Behavioral Intention*.

3.5 Operational Variabel

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 5 variabel yang terdiri dari *Food Quality*, *Employee Service Quality*, *Physical Environment Quality*, *Customer Perceived Value*, *Customer Satisfaction* dan *Behavioral Intention*. Peneliti mendefinisikan variabel berdasarkan dari jurnal atau literature yang dipakai. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert 5 point, yang jika dijelaskan bahwa angka 1 merupakan jawaban responden apabila sangat tidak setuju dan angka 5 menunjukan responden yang sangat setuju. Berikut merupakan definisi dari variabel serta pernyataan yang dijelaskan pada tabel operasional variabel dibawah ini:

Tabel 3.1 operational variable

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Pengukuran	English-Original	Sumber Measurment	Scale
1	<i>Food Quality</i>	<i>Food Quality</i> menurut Zhong & Moon (2020), <i>Food Quality</i> dapat merujuk kebeberapa aspek seperti cara penyajian makanan, rasa, variasi menu, tingkat kesehatan dari makanan serta kesegaran dari makanan.	Menurut saya rasa dari makanan A&W enak	<i>The food at fast-food restaurants was delicious</i>	Slack <i>et al</i> , 2020	Likert Scale (1-5)
			Menurut saya makanan A&W bernutrisi	<i>The food at fast-food restaurants was nutritious</i>		Likert Scale (1-5)
			Menurut saya A&W menyajikan menu yang variatif	<i>Fast-food restaurants offer a variety of menu items</i>		Likert Scale (1-5)
			Menurut saya A&W menyajikan makanan yang segar	<i>Fast-food restaurants offer fresh food</i>		Likert Scale (1-5)
			Menurut saya aroma dari makanan A&W yang segar menggugah selera	<i>The smell of fresh food was enticing</i>		Likert Scale (1-5)

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Pengukuran	English-Original	Sumber Measurment	Scale
			Menurut saya penyajian makanan dari A&W menarik	<i>The food presentation was visually attractive</i>		Likert Scale (1-5)
2	Employee Service Quality	<i>Employee Service Quality</i> adalah suatu tingkatan pelayanan interpersonal yang diberikan karyawan disaat berinteraksi dengan pelanggan yang dimana sikap karyawan restoran, interaksi individu dengan pelanggan, tingkat kompetensi karyawan, keahlian dalam berkomunikasi dan tampilan dari karyawan merupakan hal yang dapat menilai <i>Employee Service Quality</i> (Singh <i>et al.</i> , 2021).	Menurut saya karyawan A&W menyajikan makanan sesuai dengan pesanan saya	<i>Employees served me food exactly as I ordered</i>		Likert Scale (1-5)
			Menurut saya karyawan A&W memberikan pelayanan yang cepat	<i>Employees provided prompt and quick service</i>		Likert Scale (1-5)
			Menurut saya karyawan A&W selalu bersedia untuk membantu saya	<i>Employees are always willing to help me</i>		Likert Scale (1-5)
			Menurut saya karyawan A&W memberikan kenyamanan saat berinteraksi	<i>Employees made me feel comfortable in dealing with them</i>		Likert Scale (1-5)
3	<i>Physical Environment Quality</i>	<i>Physical Environment Quality</i> didefinisikan sebagai Penilaian <i>customer</i> mengenai pelayanan dari lingkungan fisik. Dalam konteks	Menurut saya restoran <i>fast food</i> A&W memiliki interior serta dekorasi yang menarik	<i>Fast food restaurants have attractive interior design and decor</i>		Likert Scale (1-5)

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Pengukuran	English-Original	Sumber Measurm ent	Scale
		restoran, <i>customer</i> dapat menilai lingkungan fisik melalui design interior dan dekorasi, latar musik yang menyenangkan, tempat makan yang bersih dan karyawan yang berpakaian rapi (Yrjola <i>et al</i> , 2019).	Menurut saya latar musik di restoran <i>fast food</i> A&W dapat dinikmati	<i>The background music was pleasing</i>		Likert Scale (1-5)
			Menurut saya restoran <i>fast food</i> A&W bersih	<i>The dining areas are thoroughly clean</i>		Likert Scale (1-5)
			Menurut saya karyawan restoran <i>fast food</i> A&W berpenampilan rapi	<i>Employees are neat and well dressed</i>		Likert Scale (1-5)
4	<i>Customer Perceived Value</i>	<i>Customer Perceived Value</i> merupakan sebuah penilaian secara keseluruhan dari <i>customer</i> terhadap kegunaan dari suatu produk, layanan dan pengalaman yang didasarkan dari kesadaran <i>customer</i> terhadap keuntungan yang diterima, pengorbanan yang dibuat serta biaya yang dikeluarkan (Kim, E. & Tang. L, 2020).	Menurut saya restoran <i>fast food</i> A&W memberikan nilai (manfaat) sesuai dengan harga	<i>Fast-food restaurants offer good value for the price</i>		Likert Scale (1-5)
			Menurut saya pengalaman makan di restoran <i>fast food</i> A&W sesuai dengan biaya yang dikeluarkan	<i>The fast-food restaurant experience was worth the money</i>		Likert Scale (1-5)
			Menurut saya restoran <i>fast food</i> A&W memberikan nilai (manfaat) yang lebih baik dibandingkan restoran lain	<i>The fast-food restaurant provides me great value as compared to</i>		Likert Scale (1-5)

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Pengukuran	English-Original	Sumber Measurment	Scale
				<i>other food options</i>		
5	<i>Customer Satisfaction</i>	<i>Customer Satisfaction</i> merupakan sebuah proses evaluasi atas nilai yang didapat oleh <i>customer</i> dengan ekspektasi dari <i>customer</i> setelah mengkonsumsi produk atau jasa tersebut (Uddin <i>et al</i> , 2019)	Saya puas dengan pengalaman yang saya rasakan di restoran <i>fast food</i> A&W	<i>I am satisfied with my overall experience at fast-food restaurants</i>		Likert Scale (1-5)
			Restoran <i>fast food</i> A&W membuat saya senang	<i>Overall, fast-food restaurants put me in a good mood</i>		Likert Scale (1-5)
			Saya sangat menikmati makan di restoran <i>fast food</i> A&W	<i>I really enjoy myself at fast-food restaurants</i>		Likert Scale (1-5)
6	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Behavioral Intention</i> merupakan sebuah kemungkinan perilaku yang tercipta setelah merasakan suatu pengalaman dalam sebuah restoran, yang dimana akan menimbulkan perilaku yang positif dari <i>customer</i> seperti melakukan pembelian kembali, merekomendasikan restoran tersebut,	Saya akan kembali mengunjungi restoran <i>fast food</i> A&W di masa depan	<i>I would like to come back to fast-food restaurants in the future</i>		Likert Scale (1-5)
			Saya mempertimbangkan untuk mengunjungi kembali restoran <i>fast food</i> A&W dimasa depan	<i>I would consider revisiting fast-food restaurants in the future</i>		Likert Scale (1-5)

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Pengukuran	English-Original	Sumber Measurm ent	Scale
		menceritakan kepada <i>customer</i> lain mengenai hal-hal positif mengenai restoran tersebut serta tidak terlalu sensitif tentang harga serta minimnya melakukan complain (Slack <i>et al</i> , 2020).	Saya akan merekomendasikan restoran <i>fast food</i> A&W kepada teman saya atau orang lain	<i>I would recommend fast-food restaurants to my friends and others</i>		Likert Scale (1-5)
			Saya akan menceritakan hal positif mengenai restoran <i>fast food</i> A&W kepada orang lain	<i>I would say positive things about fast-food restaurant to others</i>		Likert Scale (1-5)
			Saya akan memberikan dorongan kepada orang lain untuk mengunjungi restoran <i>fast food</i> A&W	<i>I would encourage others to visit fast-food restaurants</i>		Likert Scale (1-5)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Malhotra *et al* (2020) menjelaskan bahwa faktor analisis merupakan sebuah langkah yang dimana langkah tersebut memiliki tujuan untuk mengurangi serta meringkas sebuah data. Dengan kata lain, faktor analisis tahapan dalam pengolahan data dalam suatu penelitian. Faktor analisis memiliki tujuan dalam penggunaannya yaitu untuk mengidentifikasi faktor yang dapat menjelaskan hubungan antar variabel. Terdapat 2 tahapan uji coba dalam suatu pengolahan data, yaitu:

1) Uji Validitas

Menurut Malhotra *et al* (2020), uji validitas merupakan pengujian mengenai sejauh mana pengukuran karakteristik dari fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, uji validitas digunakan dengan mempersiapkan indikator pertanyaannya terlebih dahulu agar dapat dijadikan alat untuk mengukur variabel. Tes akan valid apabila memenuhi syarat sebagai berikut:

Tabel 3.2 rule of thumb uji validitas

No	Ukuran Validitas	Rule of Thumb
1	Kiser-Meyer-Olkin (KMO) <i>Measure of Sampling Adequacy</i> merupakan pengukuran mengenai kelayakan dalam sebuah faktor analisis (Malhotra <i>et al</i> , 2020).	Analisis faktor dikatakan valid apabila nilai dari indeks KMO ≥ 0.5 , sedangkan apabila nilai dari indeks KMO < 0.5 maka dikatakan analisis faktor tidak valid
2	<i>Bartlett's test of sphericity</i> merupakan sebuah uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis dari variabel yang tidak memiliki korelasi dalam suatu populasi (Malhotra <i>et al</i> , 2020).	Nilai signifikan < 0.5 menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antar variabel
3	<i>Anti-Image Correlation Matrix</i> (MSA – <i>Measure of Sampling</i>) merupakan sebuah <i>matrix</i> yang menguji untuk menunjukkan sebuah korelasi sederhana dari berbagai kemungkinan variabel didalam analisis (Malhotra <i>et al</i> , 2020).	Nilai MSA ≥ 0.5 menunjukkan data valid Nilai MSA < 0.5 maka data tidak valid
4	<i>Factor Loading</i> memiliki tujuan untuk mengukur korelasi antara variabel dengan beberapa faktor (Malhotra <i>et al</i> , 2020).	Nilai <i>Factor Loading</i> ≥ 0.5 menunjukkan hasil yang signifikan. Apabila semakin tinggi nilainya semakin baik untuk menjelaskan suatu variabel

2) Uji Reliabilitas

Menurut Malhotra *et al* (2020), uji reliabilitas merupakan sebuah pengujian untuk mengukur sampai sejauh mana suatu skala dapat menghasilkan sebuah hasil yang konsisten dalam sebuah pengukuran yang berulang kali dilakukan. Dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas merupakan sebuah pengujian yang dilakukan untuk melihat konsistensi dari responden dalam menjawab kuesioner penelitian. Dalam uji reliabilitas, tolak ukur yang digunakan adalah *Cronbach Alpha*. Dikatakan reliabel apabila hasil dari *Cronbach Alpha* ≥ 0.7 dan apabila hasil dari *Cronbach Alpha* ≤ 0.7 maka akan dikatakan tidak reliabel (Hair *et al*, 2021)

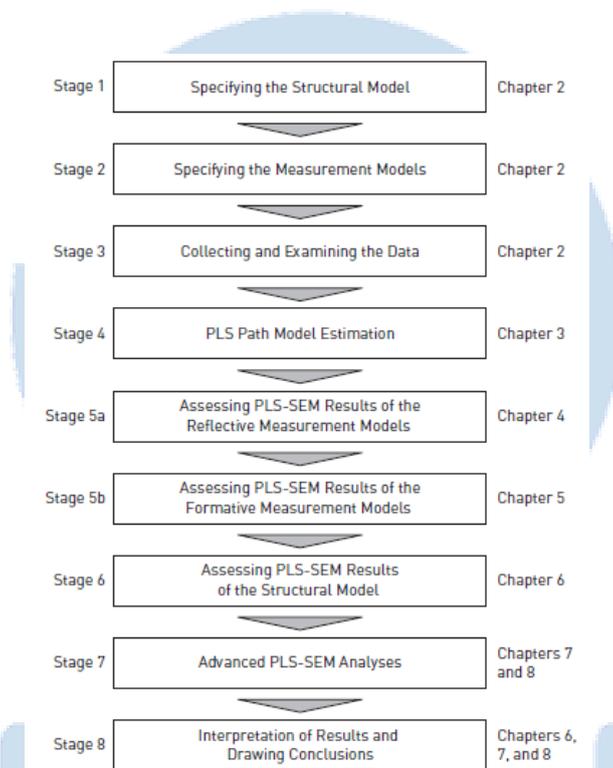
3.6.2 Analisis Data Penelitian

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM). Menurut Malhotra *et al* (2020), *Structural Equation Model* merupakan sebuah prosedur yang bertujuan untuk memperkirakan ketergantungan dari sebuah hubungan diantara kumpulan konsep yang diwakili oleh berbagai variabel yang terukur serta tergabung dalam bentuk yang terintegrasi. SEM dapat memahami kontribusi dari sebuah dimesi yang mewakili variabel yang dibahas dalam penelitian serta mengevaluasi seberapa baik rangkaian variabel yang diamati. Selain itu, dengan metode SEM dapat terlihat seberapa dapat diandalkannya suatu data pada penelitian serta bagaimana hubungan antara variabel yang dibahas pada penelitian.

Menurut Hair *et al* (2021), terdapat dua metode yang bisa dipakai dari *Structural Equation Model* (SEM) dua metode tersebut yaitu *Covariance-Based Structural Equation Modeling* (CB-SEM) dan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). CB-SEM memiliki

fungsi untuk membuktikan kebenaran dari sebuah teori, hal tersebut dilakukan dengan cara menentukan seberapa baik sebuah model yang diusulkan untuk memperkirakan *Covariance Matrix* dari kumpulan data sampel. Sedangkan untuk PLS-SEM memiliki tujuan untuk memaksimalkan sebuah varian yang akan dijelaskan oleh variabel endogen dengan cara memperkirakan sebuah hubungan partial dari suatu model dalam urutan yang berulang dari regresi kuadrat terkecil.

Dalam menggunakan analisis PLS-SEM menurut Hair *et al* (2021), terdapat beberapa tahapan dalam penggunaannya. Berikut merupakan tahapan penggunaannya:



Gambar 3.10 Prosedur analisis PLS-SEM
Sumber: Hair *et al* (2021)

Berikut merupakan penjelasan pada setiap tahapan dari analisis PLS-SEM menurut Hair *et al* (2021):

- Pada tahapan pertama atau stage 1, hal yang dilakukan adalah menyiapkan sebuah diagram yang menggambarkan sebuah hipotesis dari penelitian dan menampilkan hubungan antar variabel yang akan diuji. Diagram yang dimaksud untuk disiapkan adalah path model. Penjelasan mengenai path model yaitu merupakan sebuah diagram yang menghubungkan sebuah indikator dan membentuknya berdasarkan teori serta logika untuk memperlihatkan hipotesis yang akan diuji.
- Pada tahapan kedua atau stage 2, hal yang dilakukan adalah menguji hipotesis dari penelitian. Uji hipotesis dapat diandalkan atau dikatakan valid apabila pengukuran model dari penelitian dapat menjelaskan bentuk atau model penelitian yang diukur.
- Pada tahapan ketiga atau stage 3, hal yang dilakukan adalah mengumpulkan data yang sifatnya data primer yang biasanya pengumpulan datanya melalui kuesioner karena untuk menggunakan

PLS-SEM dibutuhkan data kuantitatif. Selain pengumpulan data, pengolahan data juga dilakukan pada tahap ini.

- Pada tahapan keempat atau stage 4, hal yang dilakukan adalah memahami mengenai algoritma PLS-SEM. Algoritma dari PLS-SEM dapat memperkirakan perhitungan *Path Coeficients* dan parameter model lainnya dengan cara memaksimalkan penjelasan dari *Variabel Dependent* didalam sebuah regresi parsial.
- Pada tahapan kelima atau stage 5, hal yang dilakukan adalah melakukan sebuah evaluasi dari *measurement models*. Pada *Measurement Models* sendiri terbagi dua yaitu *Reflective Measurement Models* dan *Formative Measurement Models*. Berikut merupakan penjelasannya:

Tabel 3.3 rule of thumb measurement models

<i>Evaluation</i>	<i>Measurement</i>	<i>Paramater</i>	<i>Rule of Thumb</i>
<i>Reflective Measurement Models</i>	<i>Indicator reliability</i>	<i>Outer Loading</i>	<i>Outer Loading</i> $\geq 0,7$
	<i>Internal Consistency Reliability</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Cronbach Alpha</i> $\geq 0,7$
		<i>Reliability Coefficient</i>	<i>Reliability Coefficient</i> $\geq 0,7$
		<i>Composite Reliability</i>	<i>Composite Reliability</i> $\geq 0,7$
	<i>Convergent Validity</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	<i>AVE</i> $\geq 0,5$
	<i>Discriminant Validity</i>	<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	Nilai AVE indikator dari indikator sendiri > dibandingkan nilai AVE indikator terhadap variabel lain.
<i>Cross-loadings</i>		Nilai indikator <i>outer loading</i> suatu variabel > dibandingkan nilai <i>cross loading</i> dari variabel lainnya	
<i>Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)</i>		HTMT < 0,9	
<i>Formative Measurement Models</i>	<i>Convergent Validity</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	<i>AVE</i> $\geq 0,5$
	<i>Colinearity Between Indicator</i>	<i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	VIF > 5, menunjukan terdapatnya masalah diantara indikator yang diukur secara formatif

- Pada tahapan keenam atau stage 6, hal yang dilakukan adalah membahas hasil dari penilaian model struktural. Dalam membahas hasil dari penilaian model struktural, terdapat beberapa kriteria yaitu:

Tabel 3.4 rule of thumb model struktural

Kriteria	Rule of Thumb
Effect size f^2	$f^2 = 0,02$ maka memiliki efek yang kecil $f^2 = 0,15$ maka memiliki efek yang sedang $f^2 = 0,35$ maka memiliki efek yang besar
T-Statistic	Nilai t-value $\geq 1,96$ dengan tingkatan signifikan sebesar 5%, maka dinyatakan berpengaruh
R^2 (Coefficient of determination)	$R^2 = 0.90$ (Model penelitian kuat) $R^2 = 0.65$ (Model penelitian sedang) $R^2 = 0.10$ (Model penelitian lemah)
Q^2	Merupakan suatu cara untuk menilai atau memprediksi kekuatan model di luar sampel.

- Pada tahapan ketujuh atau stage 7, hal yang dilakukan adalah menganalisis secara lebih lanjut mengenai analisis dari PLS-SEM
- Pada tahapan kedelapan atau stage 8, hal yang dilakukan adalah memberikan kesimpulan mengenai hasil dari pengolahan data untuk penelitian yang menggunakan PLS-SEM.

3.6.3 Identifikasi Variabel Penelitian

1. Convergent Validity

Convergent Validity merupakan sebuah cakupan pengukuran mengenai ukuran suatu hubungan positif dengan sebuah alternatif yang digunakan untuk sebuah model yang sama. Sebuah nilai yang dipakai untuk melakukan pengukuran pada *Convergent Validity* adalah *Average Variance Extracted* (AVE), dengan kriteria penilaian yaitu $AVE \geq 0,5$ (Hair *et al*, 2021)

2. Discriminant Validity

Discriminant Validity merupakan sebuah cakupan yang mengukur sejauh mana perbedaan pada suatu model dengan model lainnya dengan standar yang empiris. *Fornell-Larcker Criterion* menjadi pengukuran yang dipakai dalam *Discriminant Validity*, dengan kriteria penilaian yaitu nilai AVE indikator dari indikator itu sendiri > dibandingkan nilai AVE indikator terhadap variabel lain. Selain Fornell-larcker criterion, pengukuran lain yang dipakai adalah *Cross Loadings*. Kriteria penilaian dari *Cross Loadings* adalah nilai indikator *Outer Loading* suatu variabel > dibandingkan nilai *Cross Loadings* dari variabel lainnya. Pengukuran terakhir yaitu *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) dengan kriteria penilaian yaitu $HTMT < 0,9$ (Hair *et al*, 2021).

3. Indicator Reliability

Pada *Indicator Reliability*, pengukuran yang digunakan adalah *Outer Loadings*. Kriteria penilaian yang dipakai adalah nilai *Outer Loadings* harus lebih tinggi dari 0,70. (Hair *et al*, 2021).

4. Reliability

Reliability merupakan sebuah pengukuran untuk mengukur seberapa konsisten data dari sebuah penelitian. Penilaian yang dipakai yaitu *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, ρ_A . Ketiga penilaian tersebut memiliki kriteria penilaian yang yaitu nilai $\geq 0,7$ (Hair *et al*, 2021).

3.6.4 Kecocokan Model Pengukuran

1. T-statistic

T-statistic merupakan sebuah proses pengujian mengenai apakah suatu hasil terjadi secara kebetulan atau tidak. Dengan kata lain untuk menguji seberapa signifikannya sebuah hipotesis dalam sebuah penelitian.. Terdapat dua penilaian yang digunakan tergantung penelitian yang dilakukan, penilaian tersebut adalah *one-tailed* dan *two-tailed*. Kriteria penilaiannya pun berbeda, untuk *one-tailed* kriterianya adalah nilai *t-value* $> 1,65$ dan untuk *two-tailed* adalah nilai *t-value* $> 1,96$. Penilaian lainnya adalah *p-value* yang kriterianya adalah nilai *p-value* $< 0,05$ (Hair *et al*, 2021).

2. R² (coefficient of determination)

R² merupakan sebuah pengukuran sebuah proporsi dari variabel endogen yang dimana dijelaskan oleh variabel prediktornya. Nilai pengukuran untuk R² berkisar pada 0 sampai 1 dengan nilai yang tinggi menandakan bahwa memiliki penjelasan yang kuat (Hair *et al*, 2021).

3. Q² (cross validated redundancy)

Merupakan suatu cara untuk menilai atau memprediksi kekuatan model di luar sampel. (Hair *et al*, 2021)

4. f² (effect size)

Effect size merupakan sebuah pengukuran yang bertujuan untuk menilai sebuah dampak dari variabel prediktor pada variabel endogen. Apabila nilai 0,02 maka memiliki efek yang kecil nilai 0,15 maka memiliki efek yang sedang, nilai 0,35 maka memiliki efek yang besar. (Hair *et al*, 2021).

3.7 Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis, berikut merupakan syarat dari pengujiannya:

1. Nilai standar koefisien ≥ 0 , maka terdapat sebuah hubungan yang positif dan apabila nilai standar koefisien ≤ 0 maka hubungan negatif.

2. Nilai *p-values* < 0,05 menunjukkan bahwa terdapat sebuah pengaruh yang signifikan pada tiap hipotesisnya (hair *et al*, 2021)
3. Nilai dari *t-values* > 1,65 (Hair *et al*, 2021)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA