

BAB III – METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat dan waktu pelaksanaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Tempat : Jakarta
- Waktu : Desember 2023 – Januari 2024

Pemilihan DKI Jakarta sebagai lokasi penelitian didasarkan pada keunggulannya sebagai kota metropolitan terdepan dalam hal aktivitas pembelian *online* (Fajriah, 2022). Alasan lainnya sebesar 77,57% masyarakat Jakarta memiliki/menguasai telepon seluler. Sementara 73,46% telah mengakses internet setidaknya dalam kurun waktu tiga bulan terakhir (Badan Pusat Statistik, 2021). Subjek dalam penelitian ini merupakan pengguna OFD yang telah melakukan transaksi minimal lima kali dalam sebulan terakhir.

3.2 Desain Penelitian

Metode penelitian kuantitatif merupakan cara menguji teori dengan melihat keterkaitan variabel satu sama lain. Sering kali instrumen penelitian digunakan untuk mengukur variabel sehingga data yang berupa angka-angka dapat dianalisis dengan menggunakan metode statistik (Kusumastuti et al., 2020). Pendekatan studi ini memanfaatkan metodologi deskriptif dan kausal. Menurut Malhotra dalam Shrestha (2021), Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian konklusif yang terutama berfokus pada deskripsi suatu sifat atau serangkaian karakteristik tertentu. Dalam ranah penelitian, studi kausal dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai hubungan sebab akibat yang terjalin antara variabel bebas dan variabel terikat. Metodologi pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan penggunaan teknik survei. Secara khusus, kuesioner terstruktur didistribusikan kepada responden dengan tujuan memperoleh data yang ditargetkan (Malhotra dalam Shrestha, 2021).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Bougie dan Sekaran dalam Hasudungan dan Prasetio (2019) mendefinisikan populasi mencakup berbagai pengelompokan individu, peristiwa, atau hal-hal menarik yang dipelajari dalam jumlah tertentu dan dengan seperangkat sifat tertentu. Sampel adalah sebagian dari populasi, namun bukan keseluruhan populasi. Studi ini menargetkan pengguna yang telah melakukan minimal 5 transaksi dalam bulan terakhir menggunakan aplikasi OFD dan tinggal di wilayah DKI Jakarta. Studi ini menggunakan populasi ukuran tak terbatas (*infinite*). Hal ini karena tidak ada informasi spesifik yang tersedia tentang jumlah pengguna aplikasi OFD di wilayah DKI Jakarta.

3.3.2 Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*. Malhotra, seperti yang disebutkan di Hasudungan dan Prasetio (2019), mendefinisikan pengambilan *non-probability sampling* sebagai prosedur di mana setiap elemen atau kelompok tidak memiliki kesempatan yang sama atau kesempatan untuk dipilih sebagai sampel. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan pemanfaatan teknik *purposive sampling* untuk menentukan ukuran sampel.

Menurut Sugiyono (2022), *purposive sampling* adalah suatu metode pemilihan sampel dimana partisipan dipilih berdasarkan tujuan tertentu. Oleh karena itu, pemanfaatan *purposive sampling* oleh peneliti dilatarbelakangi oleh kebutuhan sampel yang memenuhi kriteria tertentu yang relevan dengan topik yang dibahas. Kriteria yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

1. Berdomisili di wilayah DKI Jakarta
2. Berumur 17 tahun ke atas.
3. Pengguna aplikasi OFD yang pernah melakukan transaksi minimal 5 (lima) kali dalam satu bulan terakhir.

Penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM), dengan jumlah sampel tertentu. Menurut Hair et al. dalam Ginting et al. (2023) menyatakan bahwa ketika melakukan analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), ukuran sampel yang direkomendasikan berada dalam kisaran 200 hingga 400. Maka dari itu penelitian ini setidaknya menggunakan jumlah sampel sebanyak 200 responden.

3.4 Pengembangan Instrumen

3.4.1 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel *independent*, satu variabel *dependent* dan satu variabel *intervening* sebagai berikut:

1. Variabel *independent* (tidak terikat)

Variabel bebas *independent* merupakan unsur-unsur yang berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung yang menyebabkan terjadinya perubahan atau manifestasi pada variabel *dependent* (terikat) (Sugiyono, 2022). Variabel tidak terikat pada penelitian ini adalah *e-service quality* sebagai X_1 , *price fairness* sebagai X_2 , *perceived ease of use* sebagai X_3 .

2. Variabel *dependent* (terikat)

Variabel *dependent* merupakan variabel yang dipengaruhi atau merupakan hasil dari keberadaan variabel independen (Sugiyono, 2022). Variabel Z dalam penelitian ini merupakan variabel dependen yaitu *repurchase intention*.

3. Variabel *intervening* (mediator)

Variabel *intervening* merupakan variabel teoritis yang memberikan pengaruh tidak langsung terhadap hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2022). Variabel yang berperan sebagai mediator dalam penelitian ini adalah *customer satisfaction* yang direpresentasikan dengan Y .

3.4.2 Definisi Operasional

Definisi operasional berfungsi untuk menjelaskan suatu variabel dengan menggambarkan suatu aktivitas atau tindakan tertentu, sehingga memudahkan pemahaman konseptual. Berikut ini adalah serangkaian definisi tepat yang menggambarkan operasi atau tindakan yang terlibat dalam suatu proses atau sistem tertentu:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator asli	Indikator adaptasi	Sumber
<i>E-service quality</i> (X ₁)	1. <i>In the web, I can find easily what I need</i>	1. Pada aplikasi OFD saya dapat dengan mudah menemukan makanan atau minuman yang saya inginkan	(Suhartanto et al., 2019)
	2. <i>The web makes it easy to get anything</i>	2. Pada Aplikasi OFD mempermudah untuk mendapatkan makanan atau minuman yang saya inginkan	
	3. <i>The web is uncomplicated to operate</i>	3. Aplikasi OFD tidak rumit untuk dioperasikan	
	4. <i>Whenever I need the web always available</i>	4. Kapanpun saya butuhkan aplikasi OFD selalu tersedia	
	5. <i>The web launches straight away</i>	5. Aplikasi OFD cepat terbuka	
	6. <i>The delivering order is as promised</i>	6. Pengiriman pesanan sesuai yang dijanjikan	
	7. <i>The items ordered is sent out promptly</i>	7. Makanan atau minuman yang dipesan segera dikirim	
	8. <i>The web offering is honest</i>	8. Penawaran pada aplikasi OFD jujur	
	9. <i>The web accurately inform the delivery promise</i>	9. Aplikasi secara akurat menginformasikan janji pengiriman	
	10. <i>The web keeps my shopping behavior information</i>	10. Aplikasi OFD menyimpan informasi perilaku belanja saya	

Variabel	Indikator asli	Indikator adaptasi	Sumber
	<i>11. My personal information is not shared by the web</i>	11. Informasi pribadi saya tidak dibagikan oleh aplikasi OFD	
	<i>12. My payment ID is safe with the web</i>	12. ID pembayaran saya aman pada aplikasi OFD	
Price fairness (X ₂)	1. <i>Prices affordable to all</i>	1. Harga makanan atau minuman terjangkau semua kalangan	(Setiawan et al., 2020)
	2. <i>Similarity prices set by agents</i>	2. Kemiripan harga makanan atau minuman ditetapkan oleh berbagai aplikasi OFD	
	3. <i>Prices fair relative to other</i>	3. Harga makanan atau minuman wajar dibandingkan dengan langsung datang ke rumah makan	
	4. <i>Prices meeting expectations</i>	4. Harga makanan atau minuman memenuhi ekspektasi	
	5. <i>Prices appropriate for services</i>	5. Harga jasa aplikasi sesuai untuk layanan yang diberikan	
Perceived Ease of Use (X ₃)	1. <i>Learning to use MCA is easy for me</i>	1. Belajar menggunakan aplikasi OFD itu mudah bagi saya	(Ngubelanga & Duffett, 2021)
	2. <i>My interaction with MCA does not require a lot of mental effort</i>	2. Interaksi saya dengan aplikasi OFD tidak memerlukan banyak usaha mental	
	3. <i>My interaction with MCA is understandable</i>	3. Interaksi saya dengan aplikasi OFD dapat dimengerti	
	4. <i>I can install MCA with my existing applications without any conflicts</i>	4. Saya dapat menginstal aplikasi OFD pada <i>smartphone</i> saya tanpa ada masalah apa pun	
	5. <i>Overall, I think MCA are easy to use</i>	5. Secara keseluruhan, menurut saya aplikasi OFD mudah digunakan	

Variabel	Indikator asli	Indikator adaptasi	Sumber
<i>Customer Satisfaction</i> (Y)	1. <i>This s-commerce website totally meets my expectations</i>	1. Aplikasi OFD benar-benar memenuhi harapan saya	(Meilatinova, 2021)
	2. <i>I have made especially good experiences with this s-commerce website</i>	2. Saya telah mendapatkan pengalaman yang sangat baik dengan aplikasi OFD	
	3. <i>This s-commerce website offers me exactly what I need</i>	3. Aplikasi OFD menawarkan apa yang saya butuhkan	
	4. <i>The overall feeling I used s-commerce puts me in a good mood</i>	4. Perasaan keseluruhan saat saya menggunakan aplikasi OFD membuat suasana hati saya baik	
<i>Repurchase Intention</i> (Z)	1. <i>I will keep shopping at my go-to website for purchases.</i>	1. Saya bermaksud untuk terus membeli makanan melalui aplikasi OFD yang saya gunakan secara rutin	(Cuong, 2023)
	2. <i>I will think about purchasing something from an internet retailer if I need to buy something.</i>	2. Saya akan mempertimbangkan untuk membeli dari aplikasi OFD jika saya perlu membeli makanan atau minuman.	
	3. <i>Going forward, I will give my go-to buying site priority.</i>	3. Saya bermaksud menggunakan aplikasi OFD yang biasa saya gunakan sebagai aplikasi prioritas untuk pembelian di masa mendatang	
	4. <i>I will recommend the website I often use to shop with my friends.</i>	4. Saya bermaksud merekomendasikan aplikasi OFD yang sering saya gunakan kepada orang lain.	
	5. <i>Except for unforeseen reasons, I plan to continue shopping online from the site I usually use.</i>	5. Kecuali karena alasan yang tidak terduga, saya bermaksud untuk terus menggunakan aplikasi OFD yang saya gunakan secara rutin	

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

3.4.1 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala *Likert* sebagai alat ukurnya. Skala *Likert* digunakan sebagai alat untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kolektif terhadap fenomena sosial (Pranatawijaya et al., 2019). Biasanya, setiap item diklasifikasikan ke dalam lima kategori, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Peneliti menggunakan skala *Likert* dengan enam skala karena peningkatan validitas dan reliabilitas terkait dengan dimasukkannya skala keenam. Tidak adanya titik tengah netral pada skala ini menyederhanakan pengolahan data baik bagi responden kuesioner maupun peneliti (Taherdoost, 2019).

Tabel 3. 2 Pengukuran skala *likert*

Kriteria jawaban	Skor	Kode
Sangat tidak setuju	1	STS
Tidak setuju	2	TS
Agak tidak setuju	3	ATS
Agak setuju	4	AS
Setuju	5	S
Sangat setuju	6	SS

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan survei lapangan sebagai strategi pengumpulan data utama. Peneliti menyebarkan kuesioner yang telah dirancang dengan cermat dan kemudian diberikan kepada responden. Penelitian ini memanfaatkan data primer sebagai sumber informasi utama.

Sebagaimana dikemukakan Malhotra dalam penelitian Shrestha (2021), data primer mengacu pada data yang dihasilkan oleh peneliti dengan tujuan eksplisit untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pemilihan pendekatan pengumpulan data survei didasarkan pada kemampuannya mengakomodasi ukuran sampel yang besar untuk tujuan penghitungan. Kuesioner adalah alat yang berharga untuk mengumpulkan berbagai macam data dari masing-masing responden. Variabel penelitian dan data yang dikumpulkan dari suatu sampel

kemudian dapat digunakan untuk membuat generalisasi mengenai populasi yang lebih besar.

Proses pengumpulan data akan melibatkan penyebaran kuesioner kepada jumlah sampel minimal 200 orang, sebagaimana ditentukan oleh peneliti. Berdasarkan temuan peserta penelitian, ditentukan bahwa untuk mencapai signifikansi statistik, ukuran sampel yang sesuai harus terdiri dari 200 orang. Kriteria pemilihan peserta tersebut antara lain pengguna aplikasi OFD yang pernah melakukan transaksi minimal lima (5) kali dalam sebulan terakhir, berusia 17 tahun ke atas, dan berdomisili di wilayah DKI Jakarta.

3.6 Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Struktural Equation Model* (SEM) dalam program LISREL untuk analisis data. Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27 untuk tujuan pemrosesan data.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Definisi operasional berfungsi untuk menjelaskan suatu variabel dengan menggambarkan suatu aktivitas atau tindakan tertentu, sehingga memudahkan pemahaman konseptual. Sedangkan Tujuan analisis deskriptif adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang tanggapan yang dikumpulkan dari setiap partisipan dalam kuesioner peneliti. Skenario saat ini melibatkan penggunaan tabel atau bagan untuk menekankan titik fokus, diikuti dengan penghitungan data dalam tabel atau bagan tersebut menggunakan frekuensi atau persentase sebagai dasarnya (Nunan et al., 2020).

3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Uji validitas akan dilakukan guna menilai sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara akurat. Uji validitas merupakan penilaian kuantitatif yang menentukan sejauh mana suatu alat ukur menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan. Konsep validitas digunakan untuk menilai kelayakan item yang dimasukkan dalam

daftar masalah selama proses pengembangannya, yang melibatkan penetapan variabel (Sugiyono, 2022).

Dalam konteks pengembangan kuesioner, reliabilitas berfungsi sebagai metrik yang berharga untuk menilai konsistensi dan ketergantungan variabel indikator kuesioner (Nunan et al., 2020). Jika responden konsisten menjawab kuesioner, maka kuesioner tersebut dianggap memiliki reliabilitas. Mengenai penggunaan ambang batas tertentu (misalnya 0,6) untuk tujuan pengujian. Jika koefisien ketergantungannya di bawah 0,6 maka dapat dikategorikan buruk. Sebaliknya jika koefisien melebihi 0,6 misalnya 0,7 maka dapat dianggap dapat diterima, sedangkan koefisien sebesar 0,8 dapat dianggap baik. Penilaian ketergantungan dilakukan dengan menguji koefisien *Cronbach's Alpha*. Metrik ini menunjukkan kinerja masing-masing item dan adanya hubungan positif di antara item tersebut.

3.6.3 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Peneliti menggunakan metodologi analitis dari *Structural Equation Modeling* (SEM), menggunakan perangkat lunak LISREL 8.80 untuk membangun dan mengevaluasi hubungan kausal antara variabel yang sedang diselidiki. Dengan demikian, peneliti memiliki kemampuan untuk memeriksa efek langsung dan tidak langsung.

3.6.4 Uji Kesesuaian Model

Penelitian ini menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan memanfaatkan *software* LISREL. Pemanfaatan model persamaan struktural (SEM) dikarenakan merupakan metode yang tepat untuk peneliti pakai dalam menganalisis hubungan antar variabel dan indikator. Untuk menangani data yang diperoleh secara efektif dan mendapatkan hasil yang berarti, para peneliti menggunakan perangkat lunak LISREL. Untuk menilai kesesuaian model, perlu menggunakan berbagai indikator kesesuaian. Model SEM terdiri dari tiga komponen

yang terdiri dari alat uji. Berikut ini adalah instrumen penilaian yang digunakan dalam kerangka *Structural Equation Modeling* (SEM):

1. *Absolute Fit Indices*

Absolute fit indices (AFI) merupakan pengujian mendasar dalam Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) yang menilai kesesuaian keseluruhan suatu model, baik model struktural maupun model pengukuran, secara bersamaan. Alat uji yang tersedia meliputi:

a. *Chi-square* (uji kecocokan)

Statistik *chi-square* adalah teknik pengukuran utama yang digunakan untuk menguji model generik. Nilai *chi-square* yang tinggi, berkenaan dengan derajat kebebasan, menunjukkan perbedaan yang signifikan antara matriks masukan dan matriks yang diestimasi. Matriks masukan dapat berupa matriks korelasi atau kovarians. Model dianggap lebih baik ketika nilai χ^2 lebih kecil. Dalam uji perbedaan chi-kuadrat, $\chi^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan berdasarkan probabilitas, dengan nilai *p.value* lebih besar dari 0,05.

b. GFI (*Goodness of Fit Index*)

GFI mengukur tingkat akurasi suatu model dalam menghasilkan matriks kovariansi yang diamati. Suatu model dianggap sesuai jika nilai *Goodness of Fit Index* (GFI) lebih besar atau sama dengan 0,9.

c. RMSR (*Root Mean Square Residual*)

Root Mean Square Residual (RMSR) adalah nilai rata-rata perbedaan antara matriks kovariansi korelasi yang diamati dan hasil yang diestimasi. Suatu model dianggap cocok jika nilai Root Mean Square Residual (RMSR) di bawah 0,05 ($\text{RMSR} < 0,05$).

d. RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*)

RMSEA menggunakan matriks covariance umum untuk mengukur perbedaan antara nilai parameter model. Sebuah model

dianggap *close fit* jika nilai RMSEA kurang dari atau sama dengan 0.05. Sebuah model dianggap *good fit* jika nilai RMSEA berada dalam kisaran dari 0,05 hingga 0,08.

Termasuk, RMSEA menggunakan matriks covariance umum untuk mengukur perbedaan antara nilai parameter model. Sebuah model dianggap *close fit* jika nilai RMSEA kurang dari atau sama dengan 0.05. Sebuah model dianggap *good fit* jika nilai RMSEA berada dalam kisaran dari 0,05 hingga 0,08.

2. *Incremental Fit Indices*

Ini adalah perbandingan model yang lebih akurat untuk ukuran yang direkomendasikan dibandingkan dengan model lain. Alat tes yang tersedia meliputi:

a. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*)

AGFI adalah versi modifikasi dari GFI yang mempertimbangkan jumlah derajat kebebasan dalam model. Sebuah model dianggap memiliki kesesuaian yang memuaskan ketika Indeks Kesesuaian Adjusted Goodness-of-Fit (AGFI) sama dengan atau lebih dari 0,9 ($AGFI \geq 0,9$). Ini dianggap memiliki kesesuaian yang dapat diterima ketika AGFI berada di antara 0,8 hingga 0,9 ($0,8 < AGFI \leq 0,9$).

b. TLI (*Trucker Lewis Index*)

Trucker Lewis Index (TLI), yang juga dikenal sebagai *Non-normative Fit Index* (NNFI), adalah ukuran yang digunakan untuk menilai analisis faktor dan kemudian diterapkan pada pemodelan persamaan struktural (SEM). Nilai TLI berkisar dari 0 hingga 1. Suatu model dianggap sebagai kesesuaian yang memuaskan jika nilai Indeks Tucker-Lewis (TLI)-nya lebih dari atau sama dengan 0,9,

c. CFI (*Comparative Fit Index*)

CFI, atau *Comparative Fit Index*, adalah jenis baru dari NFI, atau *Normed Fit Index*, yang mempertimbangkan kemampuan untuk

menguji ukuran sampel yang kecil secara efektif. Nilai CFI dibatasi antara 0 dan 1. Suatu model dianggap memiliki kecocokan yang memuaskan jika nilai Comparative Fit Index (CFI)-nya adalah 0,9 atau lebih tinggi ($CFI \geq 0,9$).

Tabel 3. 3 Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut – Off Value</i>
<i>Chi square</i>	Semakin kecil semakin baik
<i>Probabilitas</i>	$\geq 0,05$
GFI	$\geq 0,9$
RMSR	$< 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
AGFI	$\geq 0,90$
TLI (NNFI)	$\geq 0,90$
CFI	$\geq 0,90$

Sumber: (Putra, 2022)

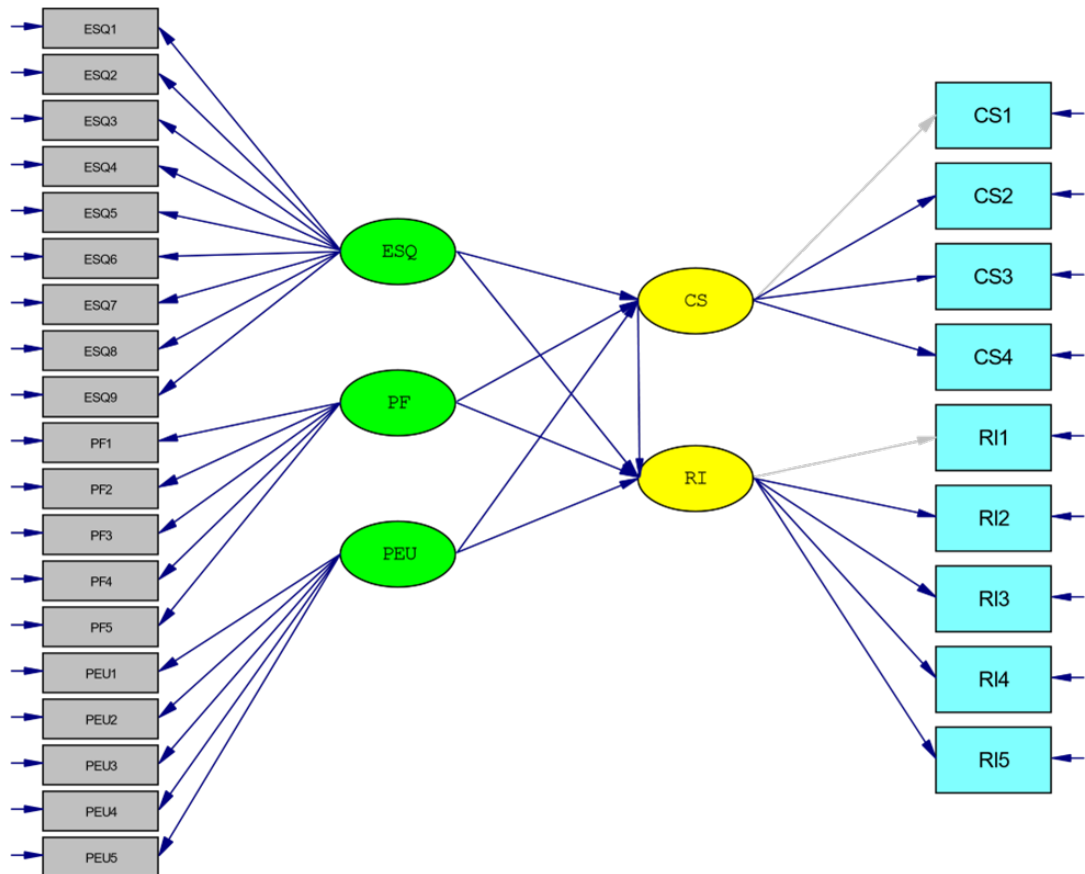
3. Parsimony Fit Indices

Parsimony Fit Indices mengacu pada kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah suatu model dianggap memiliki kesesuaian yang baik. Jika suatu model memenuhi indeks-indeks ini, maka model tersebut dianggap *fit*.

3.6.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis yang ditetapkan secara teoritis sesuai dengan data yang dihasilkan oleh program aplikasi LISREL 8.80. Pengujian hipotesis dilakukan dengan memeriksa nilai kritis (CR) dan *p-value*. Hipotesis dianggap memiliki pengaruh yang signifikan jika nilai CR yang dihasilkan lebih dari 1,96. nilai *p-value* dianggap memiliki pengaruh jika nilai *p* yang dihasilkan kurang dari atau sama dengan 0,05.

3.7 Model SEM



Gambar 3. 1 Model SEM Diolah dengan LISREL

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)