

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 9 (tujuh) bulan antara bulan Oktober 2023 dan Juli 2024. Waktu tersebut sesuai dengan jadwal dan peraturan yang telah ditetapkan dalam melakukan penelitian.

3.1.2 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di restoran cepat saji yaitu Mc Donald's DKI Jakarta dengan target responden yaitu pelanggan menggunakan *self ordering kiosk* untuk memesan makanan pada Mc Donald's. Penelitian dilaksanakan melalui Google Form dengan kondisi dan keadaan yang tidak memungkinkan peneliti untuk melakukan secara langsung di lapangan lalu bertujuan untuk efisiensi waktu dan biaya.

3.2. Desain Penelitian

Metode kuantitatif diterapkan untuk penelitian ini. Menurut Sugiyono (2017), Meskipun instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data bersifat kuantitatif atau statistik, investigasi yang menggunakan metodologi penelitian kuantitatif menyelidiki kelompok atau sampel dalam sampel ini. Data numerik dimanfaatkan untuk riset agar dapat diukur dan dianalisis menggunakan teknik statistik dikenal sebagai penelitian kuantitatif. (Nurlan & Asnidar, 2019).

Dengan menggunakan sikap terhadap penggunaan sebagai variabel yang berbeda, penelitian ini berusaha untuk memastikan apakah keuntungan, kenyamanan yang dirasakan, dan kepuasan layanan dalam menggunakan kios pemesanan swalayan berpengaruh terhadap kepuasan. Variabel yang akan diuji

yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *intention to use*, dan *attitude toward using*.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti dikenal sebagai ranah penelitian. Seperti yang dikatakan Sugiyono (2017) populasi adalah kategori luas yang terdiri atas hal-hal atau topik dengan atribut dan fitur tertentu yang dipilih oleh para ilmuwan untuk diselidiki dan dipastikan. Para ilmuwan sekarang menggunakan teori ini sebagai acuan untuk mengevaluasi populasi. Peneliti menggunakan penelitian yang dilakukan oleh Sadr & Madiawati (2023) yang menyatakan bahwa tidak terdapat populasi pasti yang merupakan pelanggan Mc Donald's DKI Jakarta atau dapat disebut juga populasi tak terhingga.

3.3.2 Sampel

Sebagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti disebut sampel. Sampel adalah komponen dari jumlah dan kualitas yang dapat diambil dari sampel populasi. Mengingat jumlah pelanggan dari Mc Donald's yang banyak, peneliti hanya akan melakukan penelitian terhadap beberapa populasi saja. Metode pengambilan sampel yang diterapkan ialah Teknik *Purposive Sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan adanya pertimbangan khusus. Adapun pertimbangan yang diambil, yaitu :

- 1) Memiliki rentang usia antara 17-65 tahun
- 2) Pelanggan Mc Donald's
- 3) Pernah menggunakan *Self ordering kiosk* Minimal 1x

Merujuk pada jumlah populasi ini adalah populasi *infinite* atau tak terhingga dan tidak diketahui secara pasti, serta ukuran populasinya dapat berubah sewaktu-waktu. Maka penarikan sampel menggunakan rumus Hair et al. (2018),

berdasarkan rumus tersebut ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator pertanyaan dalam penelitian. Maka, jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Jumlah Sampel} = 10 \times (\text{Jumlah Indikator})$$

$$\text{Jumlah Sampel} = 10 \times 21 = \mathbf{210 \text{ Sampel}}$$

Hasil perhitungan sebelumnya menunjukkan bahwa 210 peserta akan menjadi jumlah sampel minimal yang dibutuhkan untuk investigasi ini. Dalam pengujian yang menggunakan analisis persamaan structural (SEM) sebaiknya memerlukan jumlah minimal sampel sebanyak 100 sampai 200 sampel (Ghozali, 2017). Oleh karena itu, pengujian tambahan dengan analisis SEM memerlukan temuan dari sampel yang memenuhi persyaratan.

3.4 Pengembangan Instrumen

Penelitian ini akan meneliti lima variabel, yaitu *Perceived usefulness* sebagai variabel independen pertama (variabel X1), *Perceived ease of use* sebagai variabel independen kedua (variabel X2), dan *Service features* sebagai variabel independen ketiga (variabel X3), *Intention to use* sebagai variabel dependen (variabel Y), serta peneliti juga menggunakan *Attitude Toward Using* sebagai variabel mediasi (variabel Z) untuk mengetahui pengaruhnya apakah menguatkan atau melemahkan hubungan antara variabel X terhadap Y. Adapun instrumen untuk mengukur kelima variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

3.4.1 *Perceived usefulness* (X1)

a. Definisi Konseptual

Perceived usefulness ini adalah pengetahuan yang dimiliki individu bahwa teknologi dapat meningkatkan kinerja dan membuahkan hasil.

b. Definisi Operasional

Variabel *perceived usefulness* dapat diukur berdasarkan lima indikator yakni pekerjaan lebih cepat, efektif, meningkatkan produktivitas, mempermudah pekerjaan, dan berguna pada menerapkan pemakaian *self ordering kiosk*

c. Kisi-Kisi Instrumen *Perceived usefulness*

Grafik variabel ini dapat digunakan sebagai indikator item yang dimasukkan setelah pengujian validitas dan reliabilitas, dan digunakan untuk mengukur kegunaan yang dirasakan dari berbagai variabel dan memberikan informasi tentang kegunaan yang dirasakan yang dialami oleh pengguna kios. Tabel tampilan alat ini terlihat seperti ini.

Tabel 3. 1 Instrumen *Perceived usefulness*

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
<i>Perceived usefulness</i> (Chawla & Joshi, 2019; Akdim et al., 2022; Al-Adwan et al., 2023)	<i>Work More Quickly</i>	<i>I think using mobile wallet would enable me to accomplish transactions more quickly</i>	Dengan menggunakan <i>self ordering kiosk</i> , proses pemesanan menjadi lebih cepat
	<i>Efektiveness</i>	<i>I believe using mobile wallet would improve my efficiency of online transactions</i>	Pemesanan menggunakan <i>self ordering kiosk</i> menghemat waktu saya
	<i>Increase Productivity</i>	<i>Overall, I think using a mobile wallet would improve my performance</i>	Menggunakan <i>self ordering kiosk</i> meningkatkan produktivitas saya dalam pemesanan secara mandiri
	<i>Make Job Easier</i>	<i>I think using mobile wallet would make it easier for me to make online payments.</i>	Menggunakan <i>self ordering kiosk</i> sangat mempermudah proses pemesanan dibandingkan dengan pemesanan di konter
	<i>Useful</i>	<i>I believe mobile wallet would be useful for</i>	Secara keseluruhan, menggunakan <i>self ordering</i>

conducting transactions *online kiosk* sangat berguna untuk menyelesaikan pemesanan yang saya lakukan

Sumber : (Chawla & Joshi, 2019; Akdim et al., 2022; Al-Adwan et al., 2023)

3.4.2 *Perceived ease of use* (X2)

a. Definisi Konseptual

Perceived ease of use adalah gagasan bahwa teknologi dapat meningkatkan kinerja tanpa menuntut lebih banyak pekerjaan dari pengguna.

b. Definisi Operasional

Variabel *perceived ease of use* dapat diukur berdasarkan lima indikator yaitu mudah dipelajari, mudah untuk digunakan, jelas dan dapat dipahami, serta tidak membutuhkan usaha yang banyak dalam menggunakan *self ordering kiosk*

c. Kisi-Kisi Instrumen *Perceived ease of use*

Berbagai alat ini dapat digunakan sebagai indikator akses produk setelah mencoba-coba, serta untuk mengukur seberapa mudah berbagai penggunaan yang ada dan memberikan informasi tentang hasil yang dilihat oleh pengguna kios. Untuk memudahkan penggunaan, tabel pengukuran ditampilkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. 2 Instrumen *Perceived ease of use*

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
<i>Perceived ease of use</i>	<i>Easy to Learn</i>	<i>Learning to use/operate a metaverse educational platform would be easy to me</i>	Tata cara menggunakan <i>self ordering kiosk</i> sangatlah mudah dipelajari
	<i>Easy to Use</i>	<i>It is easy for me to become skillful at using a metaverse educational program</i>	Saya tidak perlu bantuan orang lain saat menggunakan <i>self ordering kiosk</i>
(Al-Adwan et			

al.,2023; Akdim et al., 2022; Musyaffi & Kayati, 2020)	<i>Clear and Understandable</i>	<i>My interaction with metaverse educational platform is clear and understandable</i>	Menggunakan <i>self ordering kiosk</i> jelas dan dapat dimengerti
	<i>Less Effort</i>	<i>I find that the use of a metaverse educational platform is not complicated.does not require a lot of mental effort</i>	Pengunaan <i>self ordering kiosk</i> tidak rumit dan tidak memerlukan banyak usaha yang besar

Sumber : (Al-Adwan et al.,2023; Akdim et al., 2022; Musyaffi & Kayati, 2020)

3.4.3 *Service features (X3)*

a. Definisi Konseptual

Service features adalah berbagai fungsi dan kemampuan yang ditawarkan oleh suatu produk atau layannya untuk memenuhi kebutuhan penggunanya.

b. Definisi Operasional

Variabel *Service features* dapat diukur berdasarkan empat indikator yaitu keberagaman layanan transaksi, kelengkapan fitur, kemudahan akses, serta inovasi dalam penggunaan *self ordering kiosk*.

c. Kisi-Kisi Instrumen *Service features*

Skema yang berbeda ini digunakan untuk mengevaluasi fitur-fitur layanan dan memberikan informasi tentang perilaku penggunaan yang diamati oleh pengguna kios dan dapat digunakan untuk menentukan produk yang akan diakses setelah memeriksa validitas dan keandalan.. Adapun kisi-kisi instrument *Service features* dengan tabel berikut.

Tabel 3. 3 Instrumen *Service features*

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
<i>Service features</i> (Kotler dan Keller, 2012; Wibowo, et al., 2015; Endriyanto, R. & Indrarini, R. 2022)	Keberagaman Layanan	Apakah anda mudah menemukan tempat untuk melakukan top-up saldo LinkAja?	Banyak jenis pembayaran yang disediakan oleh <i>self ordering kiosk</i>
	Kelengkapan Fitur	Apakah Linkaja memiliki banyak fitur seperti transfer uang, pembayaran tagihan, pembelian pulsa?	Banyak pilihan menu makanan, minuman, dessert, dll dalam <i>self ordering kiosk</i>
	Kemudahan Akses	Apakah Linkaja mudah dalam mengakses informasi dan bantuan?	Pengaksesan transaksi pada <i>self ordering kiosk</i> sangat mudah
	Inovasi Produk	Inovasi produk di Linkaja membuat saya ingin menggunakannya	Adanya inovasi terkait fitur tambahan membuat saya berminat menggunakan <i>self ordering kiosk</i>

Sumber : (Kotler dan Keller, 2012; Wibowo, et al., 2015; Endriyanto, R. & Indrarini, R. 2022)

3.4.4 *Intention to use (Y)*

a. Definisi Konseptual

Intention to use merupakan suatu kecenderungan perilaku individu terhadap pemakaian suatu teknologi baru.

b. Definisi Operasional

Variabel *Intention to use* dapat diukur berdasarkan empat indikator yaitu tertarik menggunakan di masa depan, akan menggunakan teknologi, selalu menggunakan teknologi di masa depan, dan merekomendasikan *self ordering kiosk* kepada orang lain.

c. Kisi-Kisi Instrumen *Intention to use*

Kisi-kisi variabel ini digunakan untuk menilai pemanfaatan untuk beberapa tujuan, memberikan data mengenai kesenangan pengguna kios dengan penggunaan, dan berfungsi sebagai prediktor aksesibilitas produk setelah penilaian ketergantungan dan kegunaan. Meteran ini memiliki tujuan sebagai berikut.

Tabel 3. 4 Instrumen *Intention to use*

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
<i>Intention to use</i> (Musyaffi & Muna, 2021; Chawla & Joshi, 2019; Venkatesh et al., 2012)	<i>Intend to use</i>	<i>I intend to use ewallet in the future</i>	Saya tertarik menggunakan <i>self ordering kiosk</i> di masa depan
	<i>Try to use</i>	<i>It is very likely that I will use my smartphone to pay at the point-of-sale</i>	Kemungkinan besar saya akan menggunakan <i>self ordering kiosk</i> untuk memesan makanan secara mandiri dibandingkan memesan makanan melalui konter
	<i>Frequently to use</i>	<i>I will frequentlu use Mobile Wallet in future</i>	Saya memiliki keinginan untuk terus menggunakan <i>self ordering kiosk</i> dalam jangka waktu yang lama
	<i>Recommend to the others</i>	<i>I intend to recommend to others to use Mobile Wallet</i>	Saya akan merekomendasikan <i>Self ordering kiosk</i> kepada orang lain untuk memesan makanan secara mandiri

Sumber : (Musyaffi & Muna, 2021; Chawla & Joshi, 2019; Venkatesh et al., 2012)

3.4.5 *Attitude towards using (Z)*

a. Definisi Konseptual

Attitude towards using adalah penilaian seseorang terhadap suatu teknologi atau sistem tertentu. Penilaian ini bisa bersifat positif atau negative dalam mempengaruhi keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut.

b. Definisi Operasional

Variabel *Attitude towards using* dapat diukur berdasarkan tiga indikator yaitu keuntungan yang dirasakan, keinginan seseorang untuk menggunakan, serta kepuasan atau kesenangan seseorang dalam menggunakan *self ordering kiosk*.

c. Kisi-Kisi Instrumen *Attitude towards using*

Kisi-kisi pengukuran variabel ini digunakan untuk mengukur perilaku penggunaan perangkat yang berbeda dan memberikan informasi tentang perilaku pengguna untuk kios pemesanan mandiri. Selain itu, setelah validitas dan reliabilitas produk diuji, produk juga harus dimasukkan dalam lembar kerja sebagai panduan. Di bawah ini adalah tabel kualifikasi untuk penggunaan alat tersebut.

Tabel 3. 5 Instrumen *Attitude towards using*

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
<i>Attitude towards using</i> (Kasilingam, 2020; Venkatesh, 2020; Setiawan, 2020)	Keuntungan yang dirasakan	<i>Using mobile payment makes it easier for me to check transactions that occur in my business</i>	Banyak kelebihan dan manfaat yang saya dapatkan saat menggunakan <i>self ordering kiosk</i>
	Keinginan menggunakan	<i>Using chatbots for shopping is a good idea</i>	Menggunakan <i>self ordering kiosk</i> merupakan ide yang bagus dalam membantu pemesanan makanan
	Kepuasan atau Kesenangan yang dirasakan	<i>Using chatbots for shopping would be pleasant</i>	Saya merasa puas dan senang saat memesan makanan menggunakan

Sumber : (Kasilingam, 2020; Venkatesh, 2012; Setiawan, 2020)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data primer adalah jenis data yang digunakan dalam investigasi ini. Data primer adalah data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, atau survei tertulis secara langsung dari sumber-sumber lokal, termasuk peneliti. Penyebaran pertanyaan pilihan ganda adalah metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk menjawab topik penelitian, pengumpulan dan pengukuran data secara konstan dilakukan.

Google Formulir akan digunakan untuk mengumpulkan data survei, yang kemudian akan disebarluaskan secara online melalui media sosial. Survei ini diberikan untuk mengumpulkan informasi dan hasil yang diinginkan, dan mengajukan pertanyaan tentang variabel-variabel yang mempengaruhi seberapa puas pelanggan menggunakan *self ordering kiosk*

Skala Likert dari titik desimal hingga enam digunakan dalam penelitian ini untuk menilai pengetahuan peserta untuk membantu mereka menjawab pertanyaan dengan jelas. Skala Likert digunakan dalam penelitian ini. Skala Likert digunakan untuk menilai bagaimana seseorang berperilaku, berpikir, dan merasa dalam situasi sosial, baik secara individu maupun kelompok Sugiyono (2017). Responden memberikan enam alternatif jawaban dengan setiap jawaban diberi skor tertinggi dan skor terendah. Menurut (Chomeya, 2010). *Skala likert* enam cenderung memberikan nilai diskriminasi dan realibilitas yang lebih tinggi dibandingkan *skala likert* lima poin.

Survei ini memiliki enam jawaban yang dapat dipilih, dan setiap jawaban diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Skor Skala Likert Type

Skor	Kriteria Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Sedikit Tidak Setuju (SDTS)
4	Sedikit Setuju (SDS)
5	Setuju (S)
6	Sangat Setuju (SS)

Sumber : Chomeya, 2010

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan metode Partial Least Square (PLS). Tomas Hult et al. (2018) menjelaskan dalam bukunya bahwa PLS adalah jenis model Structural Equation Modeling (SEM) yang berlandaskan pada pendekatan analisis variansi total atau model persamaan berbasis komponen. Penggunaan model PLS-SEM bertujuan untuk mengembangkan teori yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten (Ghozali & Latan, 2015). Untuk mempermudah pengolahan data hasil penelitian, peneliti menggunakan aplikasi software SmartPLS versi 3.0.

Analisis PLS-SEM adalah desain model, juga dikenal sebagai model internal, yang menjelaskan bagaimana konstruk-konstruk ini terkait satu sama lain, dan model pengukuran, juga dikenal sebagai model eksternal, yang menggambarkan bagaimana variabel yang diukur mewakili konstruk. (Tomas Hult et al., 2018).

3.6.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Hubungan antara variabel laten (konstruk) dan indikator dijelaskan oleh model pengukuran, yang juga dikenal sebagai model eksternal (Hair et al., 2018).

Ada dua uji penting yang harus dilakukan saat menilai model eksternal: uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Menurut Ahyar et al. (2020), uji validitas mengukur sejauh mana kesesuaian antara data yang diperoleh dari peneliti yang melaporkan mengenai informasi objek yang ditelitinya. Uji validitas bertujuan untuk menentukan sah atau tidaknya suatu kuesioner, uji validitas dilaksanakan dengan menyebar angket dengan 30 responden di luar dari responden pada uji hipotesis. Untuk mengukur validitas, peneliti perlu mengevaluasi hubungan antara indikator dan variabel pembentuknya. Ada dua kriteria utama untuk menguji validitas model pengukuran, yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*.

Convergent validity menilai sejauh mana indikator *refleksif* berhubungan dengan variabel pembentuknya berdasarkan kesamaan. Sebuah indikator dianggap valid jika nilai loading factor lebih dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat konfirmatori atau antara 0,6 - 0,7 untuk penelitian yang bersifat eksploratori. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* harus lebih besar dari 0,5.

Discriminant validity mengukur sejauh mana skala pengukuran tidak berkorelasi dengan konstruk lain yang seharusnya berbeda. Indikator dianggap valid jika nilai *cross loading* indikator pada variabel itu sendiri lebih sendiri dibandingkan dengan nilai pada variabel lain (Faizani & Indriyanti, 2021). Pengukuran *discriminant validity* juga dapat dilakukan dengan membandingkan AVE dari setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk tersebut dan konstruk lain. Jika AVE dari setiap konstruk lebih besar dari korelasi antar konstruk lainnya dalam model, maka *discriminant validity* dapat dianggap tidak diterima.

2. Uji Realibilitas

Menurut Ahyar et al. (2020) Reliabilitas pengukuran mengacu pada sejauh mana proses pengukuran tidak mengalami kesalahan. Jika jawaban responden

terhadap pertanyaan dalam survei tetap konsisten dari waktu ke waktu, maka survei tersebut dianggap reliabel. Dua metode utama, reliabilitas dan *Cronbach's alpha*, dapat digunakan untuk menilai reliabilitas skala. Dalam studi positif, jika reliabilitasnya beragam dan nilai *Cronbach's alpha* lebih tinggi dari 0,7, indikator tersebut dianggap reliabel, sedangkan dalam studi negatif, jika reliabilitasnya beragam dan nilai *Cronbach's alpha* berada di antara 0,6 dan 0,7, maka masih dianggap dapat diterima.

3.6.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural atau inner model adalah model yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten dengan menerapkan metode bootstrapping. Evaluasi model structural (inner model) dilakukan melalui beberapa Langkah, termasuk uji kolineritas, analisis krusialitas dengan koefisien jalur, dan pengujian nilai *R-squared* (R^2). Uji kolinearitas harus dilakukan menggunakan statistic *Variance Inflation Factor* (VIF), yang menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel. Jika nilai VIF melebihi 0,5 ini menunjukkan adanya masalah multikolineritas dalam model. Sebaliknya, nilai VIF di bawah 0,5 menunjukkan bahwa model tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Dengan menggunakan t-statistik yang dihasilkan ketika koefisien diestimasi, uji utama bertujuan untuk memastikan dampak dari variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hair et al. (2018) nilai *path coefficient* (ρ) yang berada di kisaran -1 hingga +1 dihasilkan dengan menggunakan algoritma PLS-SEM. Nilai *path coefficient* (ρ) yang mendekati +1 menandakan hubungan positif, sementara nilai yang mendekati -1 menandakan hubungan negatif. Nilai yang mendekati +1 atau -1 sering kali signifikan, tetapi untuk menilai kritik, nilai tersebut harus dimasukkan ke dalam kesalahan standar menggunakan pendekatan bootstrap.

Nilai *R-squared* (R^2) dalam PLS-SEM digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel laten eksogen mempengaruhi variabel laten endogen. Menurut Hair et al.

(2018) nilai R-squared (R^2) berkisar antara 0 hingga 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan akurasi prediksi model yang lebih baik, dengan kriteria kategori tinggi (0,75), moderat (0,5), dan rendah (0,25).

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis (β , γ dan λ) dilakukan dengan menggunakan metode *bootstrapping*. Statistik yang digunakan adalah uji t, yang merupakan uji koefisien regresi secara parsial, untuk menentukan metode *bootstrapping*, tidak diperlukan sampel yang besar, sampel minimal yang dibutuhkan adalah 30, dan metode ini memungkinkan untuk data yang tidak terdistribusi secara khusus/bebas (*distribution free*).

Hipotesis statistik untuk outer model adalah:

$$H_0 : \lambda_i = 0$$

$$H_1 : \lambda_i \neq 0$$

Sedangkan Hipotesis statistik untuk inner model adalah:

$$H_0 : \gamma_i = 0$$

$$H_1 : \gamma_i \neq 0$$

