

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini berlangsung di Jakarta, provinsi dengan populasi mahasiswa yang tinggi dan penggunaan layanan pengiriman makanan *online* yang signifikan. Lokasi ini dipilih karena merepresentasikan pasar potensial untuk memahami pola konsumsi dan kepuasan pengguna layanan. Penelitian berlangsung bulan pada Desember 2024–Januari 2025. Durasi ini dipilih untuk memungkinkan pengumpulan data yang cukup dari responden, di mana pengambilan data dilaksanakan pada bulan Desember 2024.

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini didesain dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan tersebut memiliki tujuan mengukur relasi antar variabel dengan data numerik. Pemilihan pendekatan kuantitatif dapat memungkinkan pengujian statistik yang memberikan hasil objektif, serta dapat mengidentifikasi hubungan antara variabel yang diteliti. Pendekatan ini cocok untuk studi tentang kepuasan dan loyalitas konsumen karena memungkinkan pemetaan pola persepsi yang lebih terukur.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Penelitian ini akan menggunakan populasi berupa kelompok segmen mahasiswa yang tinggal atau berdomisili di wilayah Jakarta.

3.3.2 Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non-probability purposive sampling. Mengingat bahwa jumlah populasi tidak

dapat dipastikan secara akurat, ukuran sampel dihitung dengan rumus Cochran guna memperoleh jumlah sampel yang sesuai (Sugiyono, 2021). Adapun formula Cochran dirumuskan sebagai berikut.

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal

Z^2 = Nilai standar dari distribusi normal

p = nilai proporsi sampel

$q = 1 - p$

e = tingkat kesalahan sampel.

Berdasarkan rumus yang tertera, perhitungan syarat minimal jumlah sampel dilakukan dengan parameter berikut: nilai $Z = 1.96$ untuk simpangan 5%, nilai $p = 0.5$ karena proporsi sebenarnya tidak diketahui, $e = 10\%$ untuk tingkat kepercayaan 90%. Maka jumlah sampel minimum adalah:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}{0.1^2} = 96.04$$

Apabila merujuk pada hasil perhitungan di atas, maka diperlukan sedikitnya 97 orang responden sebagai sampel. Namun, untuk meningkatkan akurasi dan mengakomodasi potensi data yang tidak valid, penelitian ini menargetkan setidaknya 220 responden. Dalam teknik *non-probability purposive sampling*, pemilihan peserta sampel dilakukan dengan mengacu pada ciri-ciri khusus yang dinilai sesuai dengan kebutuhan penelitian. dengan sifat atau karakteristik populasi yang menjadi fokus penelitian, yaitu:

- a. Mahasiswa pengguna *online food delivery* yang berdomisili di Jakarta.
- b. Mahasiswa yang memiliki pengalaman menggunakan layanan OFD sekurang-kurangnya sebanyak 3 kali pada kurun waktu 6 bulan terakhir
- c. Mahasiswa berusia 18-25 tahun, karena kelompok usia ini adalah kelompok mayoritas *digital natives* (APJII, 2014) sehingga dianggap adaptif terhadap teknologi digital.

3.4 Pengembangan Instrumen.

3.4.1 Variabel Penelitian

3.4.1.1 Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari persepsi harga (*Perceived Price/PP*), kualitas produk (*Product Quality/PQ*), dan kualitas layanan (*E-Service Quality/ESQ*). *Perceived Price* atau persepsi harga mengacu pada pandangan konsumen mengenai apakah harga yang mereka bayarkan sepadan dengan kualitas layanan yang diterima. *Product Quality* atau kualitas produk menggambarkan kualitas makanan yang diterima oleh konsumen, termasuk kesegaran, rasa, dan kondisi makanan saat tiba. *E-Service Quality* atau kualitas layanan elektronik mencakup berbagai aspek pelayanan pada aplikasi selama proses pemesanan hingga pengiriman. Ketiga variabel ini merupakan faktor yang mempengaruhi variabel dependen.

3.4.1.2 Variabel Dependen

Variabel dependen pada penelitian ini antara lain kepuasan konsumen (*Consumer Satisfaction/CS*) dan loyalitas konsumen (*Consumer Loyalty/CL*). *Consumer Satisfaction* atau kepuasan

konsumen mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap pengalaman keseluruhan mereka dalam menggunakan layanan pengiriman makanan. Kepuasan ini merupakan hasil dari pandangan pelanggan terhadap harga, kualitas produk, dan kualitas layanan yang diterima. *Consumer Loyalty* atau loyalitas konsumen menggambarkan kecenderungan konsumen untuk tetap menggunakan layanan yang sama di masa mendatang serta keinginan mereka untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

3.4.2 Operasional Variabel

Dengan mempertimbangkan subjek penelitian serta metode yang digunakan, operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dijelaskan dalam Tabel 3.1. Peneliti menyesuaikan hasil dari penelitian terdahulu, yang menjadi sumber pernyataan untuk setiap variabel, agar sesuai sebagai kuesioner.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Operasional Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Perceived Price</i>	1. <i>I think delivery price of OFD services is reasonable</i>	1. Saya merasa biaya pengiriman layanan pesan-antar makanan <i>online</i> masuk akal.	Wang et al., (2020)
	2. <i>I think that tax price in using OFD services is reasonable</i>	2. Saya merasa pajak dalam penggunaan layanan pesan-antar makanan ini <i>online</i> wajar.	
	3. <i>I feel that OFD services overall price is affordable</i>	3. Saya merasa harga keseluruhan layanan pesan-antar makanan <i>online</i> terjangkau.	

Operasional Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Product Quality	4. <i>Food ordered through this online food delivery app is good value for money.</i>	4. Makanan yang dipesan melalui aplikasi pesan-antar makanan <i>online</i> ini memiliki nilai yang sepadan dengan harganya	Lu et al., (2020); Zhong & Moon, (2020)
	5. <i>This online food delivery service provides high value overall.</i>	5. Layanan pesan-antar makanan <i>online</i> ini memberikan nilai keseluruhan yang tinggi.	
	6. <i>I feel that the prices of food offered by this online food delivery service are in line with direct purchases.</i>	6. Saya merasa harga makanan yang ditawarkan oleh layanan pesan-antar makanan <i>online</i> ini sebanding dengan pembelian langsung.	
	7. <i>The food smells good.</i>	7. Makanan yang dipesan melalui layanan pesan-antar makanan <i>online</i> beraroma harum.	
	8. <i>The food is delicious.</i>	8. Makanan yang dipesan melalui layanan pesan-antar makanan <i>online</i> terasa lezat.	
	9. <i>The food is fresh.</i>	9. Makanan yang dipesan melalui layanan pesan-antar makanan <i>online</i> segar.	
	10. <i>The food looks attractive to me.</i>	10. Tampilan makanan yang dipesan melalui layanan pesan-antar makanan <i>online</i> menarik bagi saya.	
	11. <i>The food delivered arrives at the right temperature</i>	11. Makanan yang diantar melalui layanan pesan-antar makanan <i>online</i> tiba	

Operasional Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>E-service quality</i>	12. <i>The food delivered has good nutritional content</i>	dengan suhu yang sesuai. 12. Makanan yang diantar melalui layanan pesan-antar makanan <i>online</i> memiliki kandungan nutrisi yang baik.	Suhartanto et al., (2019)
	13. <i>In the web, I can find easily what I need</i>	13. Di aplikasi layanan pesan-antar makanan <i>online</i> , saya dapat dengan mudah menemukan apa yang saya butuhkan.	
	14. <i>Whenever I need, the web always available</i>	14. Kapan pun saya butuh, aplikasi layanan pesan-antar makanan <i>online</i> selalu tersedia.	
	15. <i>My personal information is not shared by the web</i>	15. Informasi pribadi saya tidak dibagikan oleh aplikasi layanan pesan-antar makanan <i>online</i> .	
	16. <i>My payment ID is safe with the web</i>	16. ID pembayaran saya aman di aplikasi layanan pesan-antar makanan <i>online</i> .	
	17. <i>The web accurately informs the delivery promise</i>	17. Aplikasi layanan pesan-antar makanan <i>online</i> memberikan informasi yang akurat mengenai janji waktu pengiriman.	
	18. <i>The delivering order is as promised</i>	18. Pesanan yang diantar sesuai dengan yang dijanjikan oleh aplikasi layanan pesan-antar makanan <i>online</i> .	

Operasional Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Consumer Satisfaction	19. <i>I am very satisfied with the overall experience of using this FDA</i>	19. Saya sangat puas dengan pengalaman keseluruhan menggunakan aplikasi layanan pesan-antar makanan <i>online</i> ini.	Fakfare, (2021); Zhao & Bacao, (2020)
	20. <i>I believe I did the right thing to choose this FDA for food delivery</i>	20. Saya yakin telah membuat pilihan yang tepat dengan menggunakan aplikasi ini untuk pesan-antar makanan <i>online</i> .	
	21. <i>I feel satisfied with the convenience provided by the food delivery process</i>	21. Saya merasa puas dengan kemudahan yang diberikan oleh proses pesan-antar makanan <i>online</i> .	
	22. <i>As a whole, I am happy with this FDA</i>	22. Secara keseluruhan, saya senang dengan aplikasi layanan pesan-antar makanan <i>online</i> ini.	
	23. <i>I am very satisfied that FDAs meet my requirements</i>	23. Saya sangat puas karena aplikasi layanan pesan-antar makanan <i>online</i> memenuhi kebutuhan saya.	
	24. <i>I am satisfied with FDAs efficiency</i>	24. Saya puas dengan efisiensi aplikasi layanan pesan-antar makanan <i>online</i>	
Consumer Loyalty	25. <i>I say positive things about this OFDA mobile app/provider</i>	25. Saya memberikan review positif tentang aplikasi layanan pesan-antar makanan <i>online</i> .	Pal et al., (2022)
	26. <i>I encourage my friends to order food by this OFDA mobile app/provider</i>	26. Saya mendorong teman-teman saya untuk memesan makanan melalui aplikasi/provider	

Operasional Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
		layanan pesan-antar makanan <i>online</i> .	
	27. <i>I consider this OFDA service/provider to be my first choice when I order food</i>	27. Saya menganggap layanan pesan-antar makanan <i>online</i> sebagai pilihan pertama ketika saya memesan makanan.	
	28. <i>I love to order food by this OFDA mobile app/provider</i>	28. Saya senang memesan makanan melalui aplikasi layanan pesan-antar makanan <i>online</i> .	
	29. <i>I prefer ordering food by this OFDA mobile app/provider when compared to others</i>	29. Saya lebih memilih memesan makanan melalui aplikasi layanan pesan-antar makanan <i>online</i> ini dibandingkan cara lain	
	30. <i>I intend to keep using this OFDA mobile app/provider when I want to order food online</i>	30. Saya berencana untuk terus menggunakan aplikasi layanan pesan-antar makanan <i>online</i> ketika ingin memesan makanan.	

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2024)

3.4.3 Skala Pengukuran

Penelitian ini memakai skala Likert dengan 6 tingkatan untuk mengevaluasi sejauh mana responden menyetujui setiap butir item dalam kuesioner. Skala Likert merupakan alat yang umum digunakan untuk menilai pandangan, opini, dan pemahaman seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu kejadian sosial. (Sugiyono, 2021). Skala ini dipilih karena dapat menangkap variasi tingkat persetujuan dengan sederhana dan efektif.

Responden dapat menilai setiap pernyataan menggunakan 6 tingkatan ukuran persetujuan, misalnya sangat tidak setuju atau sangat setuju dalam mengukur persepsinya.

Tabel 3.2 Skala Likert

Jenis Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Agak Tidak Setuju	3
Agak Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sumber: Taherdoost (2019)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Responden yang telah ditetapkan sebagai sampel menerima kuesioner yang digunakan sebagai instrumen pengumpulan data. Dalam kuesioner tersebut, mereka diminta menjawab berbagai pernyataan tertulis yang telah disusun sebelumnya. Pengumpulan data memanfaatkan media kuesioner *online* yang memungkinkan peneliti untuk menjangkau responden dalam jumlah besar secara efisien.

3.6 Teknik Analisis Data

Pada tahap analisis data, peneliti akan menilai hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan dukungan perangkat lunak SmartPLS untuk mengolah data yang telah diperoleh. Evaluasi mencakup analisis terhadap model struktural (*inner model*) serta model pengukuran (*outer model*).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Deskriptif data pada penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan profil responden dan profil data. Profil responden akan dianalisis berdasarkan

demografinya yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, domisili, status tempat tinggal, dan tingkat penghasilan/uang saku bulanan. Selain itu, akan dilakukan analisis terhadap profil data menggunakan statistik deskriptif pada data jawaban responden pada kuesioner. Statistik deskriptif mencakup berbagai informasi, seperti rata-rata, median, nilai minimum, nilai maksimum, dan standar deviasi.

3.6.2 Analisa Outer Model

Evaluasi outer model mencakup pengujian keabsahan, termasuk *convergent validity* dan *discriminant validity*, serta pengujian keandalan menggunakan *composite reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Tujuan dari analisis pada model pengukuran adalah menilai tingkat keterpenuhan syarat validitas maupun reliabilitas, memastikan bahwa metode pengukuran sudah tepat. Pada studi ini, analisis dilaksanakan melalui pemanfaatan perangkat lunak SmartPLS.

3.6.2.1 Uji Validitas

Validitas diuji melalui dua elemen, yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*. Pengukuran *convergent validity* bertujuan untuk memastikan bahwa semua butir pertanyaan dalam kuesioner secara valid mengukur aspek yang sama dari variabel yang sedang dikaji. *Convergent validity* dianggap tercapai jika setiap item memiliki outer loading di atas nilai dari 0,70, serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap konstruk melebihi 0,50.

Sedangkan *discriminant validity* dimaksudkan untuk menilai sejauh mana dua variabel memiliki perbedaan yang signifikan satu

sama lain. *Discriminant validity* dianggap terpenuhi ketika korelasi variabel terhadap diri sendiri lebih baik dibandingkan korelasi terhadap variabel yang lain. *Discriminant validity* juga dapat ditentukan juga menggunakan nilai HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*). Jika nilai HTMT berada di bawah 0,9 maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel tersebut memiliki tingkat validitas diskriminan yang baik (Hair et al, 2021)

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilaksanakan menggunakan dua metrik, yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. *Cronbach's alpha* berfungsi sebagai indikator dalam mengevaluasi sejauh mana item-item dalam satu set variabel saling berkorelasi, yang menunjukkan konsistensi internal atau reliabilitas alat ukur seperti survei atau kuesioner. Agar instrumen pengukuran dapat dianggap reliabel, *cronbach's alpha* haruslah memiliki nilai di atas 0,7. Dalam penelitian ini, keandalan alat ukur juga dinilai melalui pendekatan reliabilitas konsistensi internal dengan *Composite Reliability (CR)*, yang harus mencapai nilai minimal 0,7.

3.6.3 Analisa Inner Model

Model struktural sering juga disebut sebagai *inner model*, merepresentasikan estimasi hubungan antar variabel laten atau konstruk sesuai dengan teori yang telah dimodelkan. Model ini berfungsi untuk memperkirakan hubungan kausal antara variabel laten. Analisa *inner*

model dinilai berdasarkan atas koefisien determinasi (R^2), F-Square (F^2), dan uji hipotesis yang dijelaskan lebih lengkap sebagai berikut.

3.6.3.1 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dianalisis untuk memastikan bahwa konstruk yang diukur berbeda secara signifikan dengan konstruk lain. Dalam penerapan metode PLS-SEM, pengujian multikolinearitas menggunakan metrik *Variance Inflation Factor* (VIF). Sebagaimana dijelaskan oleh Garson (2016), multikolinearitas dapat dikenali jika atau nilai VIF melebihi 5.

3.6.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)

R Square (R^2) adalah indikator statistik yang mengukur kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi data yang dianalisis. Nilai ini menunjukkan persentase kontribusi variabel bebas pada variasi di pihak variabel terikat. Ketika nilai R^2 mendekati 1, model dianggap sangat sesuai dengan data. Namun, apabila R^2 memiliki nilai didekat 0, maka menandakan bahwa pengaruh variabel independen sangat kecil terhadap variabel dependen. Berdasarkan Chin (1998) dalam Sarwono (2015), nilai R^2 dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori utama, yaitu 0,67 sebagai kuat, 0,33 sebagai sedang, dan 0,19 sebagai rendah.

3.6.3.3 *F-square* (F^2)

F-Square adalah ukuran statistik yang digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model penelitian. Nilai ini menunjukkan seberapa besar kontribusi

suatu variabel terhadap hasil keseluruhan model. Nilai *F-Square* dikategorikan ke dalam beberapa tingkatan: $>0,02$ untuk pengaruh kecil, $>0,10$ untuk pengaruh sedang, dan $>0,35$ untuk pengaruh besar. Sebaliknya, jika nilai kurang dari $0,02$, pengaruh tersebut dianggap sangat kecil, tidak signifikan, dan oleh karena itu dapat diabaikan. Ukuran ini membantu peneliti memahami peran setiap variabel dalam memperkuat model.

3.6.3.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menghitung nilai *T-statistics* dan *P-Values* dari *Path Coefficient*, yang menunjukkan probabilitas kesalahan dalam menolak hipotesis nol. *Path coefficient* digunakan untuk menggambarkan estimasi kekuatan hubungan antar variabel dalam model, dinyatakan dalam standar beta seperti pada analisis regresi. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan mengevaluasi nilai *T-statistics* dan *P-Values* untuk menilai signifikansinya. Kriteria yang digunakan adalah *T-statistics* $> 1,96$ dan *P-Values* $< 0,05$ atau 5%. Jika kedua kriteria terpenuhi, hipotesis dianggap signifikan secara statistik. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi validitas hipotesis berdasarkan data penelitian.

Intelligentia - Dignitas