

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Positivisme.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, yang didasarkan pada prinsip bahwa pengetahuan dapat diperoleh melalui metode ilmiah dan pengujian hipotesis. Paradigma positivisme pada umumnya dikaitkan dengan penelitian metode kuantitatif (Saunders et al., 2019). Pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik yang sudah ditentukan dan terstruktur untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada responden. Dengan menggunakan pendekatan positivisme, penelitian ini dapat secara obyektif dan menyeluruh menguji keterhubungan antara variabel-variabel yang terlibat, serta mencapai generalisasi yang kuat berdasarkan data yang dikumpulkan. Paradigma positivisme menganjurkan penggunaan metode kuantitatif (Saunders et al., 2019)

Penelitian saat ini juga menggunakan pendekatan deduktif. Penelitian ini menggunakan kajian literatur teori-teori yang dikumpulkan dari penelitian sebelumnya sebagai landasan merumuskan definisi operasional dan konseptual, dan hipotesis penelitian yang akan diuji menggunakan data. Pendekatan deduktif bertujuan untuk menguji keabsahan teori yang telah dikumpulkan melalui pengumpulan dan analisis data yang relevan (Saunders et al., 2019). Data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif, yang memungkinkan analisis statistik yang lebih terperinci.

Penelitian saat ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data angka dan statistik untuk menguji

hipotesis, menjelaskan keterhubungan antar variabel, dan membuat generalisasi (Saunders et al., 2019)

Penelitian ini merupakan penelitian dalam bidang bisnis/manajemen, menggunakan pendekatan deduktif, dan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan strategi survei pada umumnya digunakan untuk penelitian dalam bidang bisnis/manajemen, pendekatan deduktif, metode kuantitatif (Saunders et al., 2019). Penelitian saat ini adalah penelitian eksploratif dan deskriptif. Strategi survei sering digunakan dalam penelitian eksploratif dan deskriptif (Saunders et al., 2019). Selanjutnya, strategi survei memungkinkan data dapat dianalisis secara kuantitatif menggunakan statistik deskriptif dan inferensial (Saunders et al., 2019).

Penelitian ini melakukan pengumpulan data pada kurun waktu tertentu untuk mengumpulkan seluruh jawaban responden dari unit analisis yang sudah ditentukan dari populasi yang diteliti. *Cross-sectional* adalah desain penelitian yang tidak melibatkan pengumpulan data dengan pengamatan dalam periode waktu yang panjang, namun pengumpulan data pada satu titik waktu dari berbagai individu, kelompok, atau unit yang berbeda dalam populasi yang diteliti (Saunders et al., 2019). Penelitian ini menggunakan survei kuesioner terstruktur, deduktif, dan kuantitatif, Penelitian *cross-sectional* sering menggunakan strategi survei dengan kuesioner. (Saunders et al., 2019).

3.2 Objek Penelitian

Objektif pada penelitian saat ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *food application design* dan *fulfilment* terhadap *customer perceived value* (*sensory, economic, healthy, cultural value*), variabel *customer perceived value* terhadap variabel *online food shopping experience*, variabel *online food shopping experience* terhadap

intention to recommend the food driver, intention to revisit the food application, dan intention to recommend food merchant, dan terakhir variabel household expenditure dalam memperkuat dan memperlemah intention to revisit the food application, intention to recommend food merchant, dan intention to recommend the food driver,

Objek penelitian merupakan perhatian utama dalam suatu penelitian yang akan dianalisis lebih lanjut untuk menjawab pertanyaan penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah semua variabel yang termasuk dalam penelitian saat ini (Bougie & Sekaran, 2020). Variabel independen adalah *food application design* dan *fulfilment. cultural value, economic value, healthy value, dan cultrual value*. Variabel dependen pada penelitian saat ini adalah *intention to revisit food application, intention to recommend the food, intention to recommend the food driver merchant*. Variabel moderator (*moderating*) adalah variabel *household expenditure*. Target konstruk dalam penelitian ini adalah *online food shopping experience*.

3.3 Unit Analisis

Pada penelitian ini unit analisis adalah individu, di mana data yang diperoleh berasal dari individu yang diambil dari masing-masing responden yang sudah direncanakan terlebih dahulu (Bougie & Sekaran, 2020). Dalam penelitian ini unit analisis yang digunakan adalah ibu generasi milenial di Indonesia yang melakukan pembelian makanan siap saji melalui aplikasi *online food delivery* GrabFood, GoFood, dan Shopee Food pada tahun 2020-2021 di wilayah Jabodetabek.

Kelompok generasi milenial adalah yang lahir antara tahun 1981-1996 (BPS, 2021; Pew Research Center, 2021). Generasi milenial adalah generasi yang dinilai penting

dalam penelitian sektor sosial, ekonomi/bisnis, dan *e-commerce* (Moreno et al., 2017). Generasi yang melek teknologi dan memiliki sifat petualang dalam kuliner adalah generasi milenial (Maharani & Nurridha, 2018). Fenomena *instragramable food* ada pada kalangan generasi milenial. Mereka merupakan generasi penerus kuliner Indonesia yang memiliki kecenderungan menikmati keindahan visualisasi makanan sebelum memutuskan untuk mengonsumsinya. Semakin menarik visualisasi makanan, semakin tertarik mereka untuk mencobanya. Perkembangan industri kuliner di Indonesia dipengaruhi oleh perilaku mereka yang cenderung mencari pengalaman kuliner yang unik, estetis, mengesankan (Kurniawan, 2017). Hal ini menjadikan perilaku belanja *online* generasi milenial sebagai unit analisis yang menarik untuk diteliti, karena perilaku mereka di masa depan sering dipengaruhi oleh pengalaman belanja *online* sebelumnya (Melović et al., 2021).

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka generasi milenial sering dianggap sebagai kelompok sasaran dalam penelitian terkait layanan pengiriman makanan secara online karena sikap, selera, dan perilaku pembelian yang khas. Generasi milenial yang cenderung memiliki perilaku membeli makanan secara daring melalui *platform food delivery* adalah kaum wanita yang telah menikah dengan usia 25-35 tahun (Lau & Ng, 2019; Mohanasundari et al., 2021). Perilaku ibu milenial yang aktif melakukan belanja secara daring didukung dengan kemampuan literasi teknologi mereka (Salim et al., 2019a). Hasil kajian ini sebagai dasar penentuan kelompok ibu milenial sebagai unit analisis dalam penelitian saat ini yang terkait dengan pengiriman makanan saji secara daring. Penelitian ini menerapkan empat kriteria wajib yang harus dipenuhi oleh unit analisis yang akan dijadikan.

1. ibu generasi milenial, dengan tahun kelahiran 1981-1996 (usia 25 – 40 tahun),
2. telah menikah,
3. memiliki anak.
4. menggunakan minimal 2 aplikasi *platform online food delivery* pada HP
5. responden memiliki pengalaman melakukan pembelian makanan siap saji minimal pada dua platform *platform online food delivery*.
6. responden memiliki pengalaman pembelian makanan siap saji dalam 6 bulan terakhir minimum 5 kali.

3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

Definisi konseptual adalah batasan yang digunakan dalam penelitian untuk memberikan pemahaman yang relevan. Definisi konseptual dan operasional pada penelitian saat ini dapat berguna untuk penelitian di masa depan. Skala pengukuran yang valid mencakup pertanyaan yang dapat diukur secara kuantitatif dan mewakili konstruk secara keseluruhan. Penting untuk memastikan bahwa pertanyaan tersebut mewakili dengan cukup baik domain atau dimensi dari konstruk yang diteliti. Pengukuran konstruk menggunakan skala ordinal yang melibatkan pengurutan atau penyusunan objek atau kategori berdasarkan tingkatannya. Skala ordinal membedakan unit analisis, yaitu individu sebagai responden penelitian. Tingkatan dalam skala ini berfungsi untuk membedakan perbedaan antara konstruk secara numerik, memudahkan konversi data dari item pertanyaan kuesioner menjadi bentuk angka (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian ini menggunakan skala ordinal.

Pada penelitian sehubungan dengan penelitian manajemen dan sosial untuk mengukur pendapat dan sikap individu, sering menggunakan skala likert dengan 5 poin. Penelitian saat ini menggunakan skala likert dengan 5 poin. Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa skala likert adalah skala yang dirancang untuk menguji seberapa kuat responden setuju dengan suatu pernyataan pada skala lima poin. Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan skala likert 5 poin dengan tingkatan dari satu (1) yaitu sangat tidak setuju, dua (2) yaitu tidak setuju, tiga (3) yaitu netral, empat (4) yaitu setuju, dan lima (5) yaitu sangat setuju. Definisi konseptual dan operasionalisasi variabel dapat dilihat pada Tabel 3.1 yang tertera di bawah ini.

Tabel 3.1
Definisi Konseptual dan Operasional

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Sumber Skala
Food Application Design	Desain situs web mengacu pada semua elemen pengalaman pelanggan yang terkait dengan situs web, termasuk kualitas informasi, estetika situs web, proses pembelian, kenyamanan situs web, pemilihan produk, penawaran harga, personalisasi situs web, dan ketersediaan sistem. Situs web yang efisien harus berisi tiga kategori konten utama: berorientasi informasi, berorientasi transaksi, dan berorientasi pelanggan. (Cox & Koelzer, 2004)	Information and rating <ol style="list-style-type: none"> 1. Aplikasi OFD ini cukup memenuhi kebutuhan informasi saya dalam mencari makanan. 2. Informasi di aplikasi OFD ini sangat memadai untuk digunakan dalam melakukan pembelian makanan siap-saji. 3. Informasi di aplikasi OFD ini efektif untuk digunakan dalam melakukan pembelian makanan siap-saji. 4. Ada deskripsi yang baik tentang semua yang perlu saya ketahui tentang produk makanan. 5. Aplikasi OFD ini memiliki tata letak pencarian yang 	Modifikasi dari (Blut, 2016) dan (Holloway & Beatty, 2008)

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Sumber Skala
		memudahkan pemilihan menu makanan.	
		<p>Visual Aesthetic</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aplikasi OFD ini secara visual menyenangkan. 2. Aplikasi OFD ini menampilkan desain yang menyenangkan secara visual. 3. Aplikasi OFD ini secara visual menarik 4. Tampilan aplikasi OFD ini profesional. 	Modifikasi dari (Blut, 2016) dan (Wolfenbarger & Gilly, 2003)
		<p>Product Variety</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Semua pesanan makanan saya dapat diselesaikan melalui aplikasi OFD ini. 2. Aplikasi OFD ini menawarkan lebih banyak pilihan makanan yang menarik bagi saya. 3. Aplikasi OFD ini memiliki pilihan menu yang sesuai selera. 4. Aplikasi OFD ini memiliki pilihan menu makanan yang sehat. 5. Aplikasi OFD ini memiliki pilihan menu makanan yang segar. 	Modifikasi dari (Blut, 2016) dan (Sjahroeddin, 2018)
		<p>Price Offering</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aplikasi OFD ini menawarkan potongan ongkos kirim. 2. Aplikasi OFD ini menawarkan bebas biaya ongkos kirim. 3. Aplikasi OFD ini memiliki harga murah karena banyak promosi. 	(Blut, 2016)

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Sumber Skala
		<p>4. Aplikasi OFD ini memiliki harga lebih rendah daripada OFD lainnya.</p>	
		<p>Purchase Process.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam menggunakan aplikasi OFD ini, saya tidak mengalami kesulitan dalam melakukan pembayaran online. 2. Proses transaksi pada aplikasi OFD ini mudah. 3. Aplikasi OFD ini memiliki proses transaksi yang membuat saya merasa aman. 4. Saya dapat dengan cepat menyelesaikan transaksi di aplikasi OFD ini 	<p>Modifikasi dari (Blut, 2016) dan (Wolfenbarger & Gilly, 2003)</p>
Food Order Fulfillment	<p>Pemenuhan mengacu pada kegiatan yang memastikan pelanggan menerima apa yang mereka pesan, termasuk waktu pengiriman, akurasi pesanan, dan kondisi pengiriman. (Blut, 2016)</p>	<p>Timeless of delivery</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aplikasi OFD ini mengirimkan pesanan makanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan. 2. Aplikasi OFD ini mempersiapkan pesanan makanan untuk pengiriman yang sesuai waktu. 3. Aplikasi OFD ini dengan cepat melayani apa yang saya pesan. 4. Aplikasi OFD ini memiliki fasilitas untuk memantau proses pembuatan sampai pengiriman. 	<p>Modifikasi dari (Blut, 2016) dan Aplikasi OFD</p>
		<p>Order accuracy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya menerima makanan sesuai dengan pesanan 	<p>(Blut, 2016)</p>

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Sumber Skala
		<p>saya dari aplikasi OFD ini.</p> <ol style="list-style-type: none"> Aplikasi OFD ini mengirimkan makanan yang dipesan dengan lengkap. Aplikasi OFD ini mengirimkan makanan sesuai dengan gambar pada aplikasi OFD. 	
		<p>Food delivery condition</p> <ol style="list-style-type: none"> Pesanan makanan sering rusak saat pengiriman (*) Pesanan makanan saat diterima dalam keadaan baik. Makanan diterima dalam keadaan segar. Makanan diterima dengan suhu makanan masih dalam keadaan hangat. Makanan yang dikirim menggunakan standarisasi keamanan. 	Modifikasi dari (Rita et al., 2019) dan (Sjahroeddin, 2018)
		<p>Food driver attitude</p> <ol style="list-style-type: none"> Mitra supir bersedia menerima pesan makanan saya. Mitra supir siap untuk merespon kebutuhan saya. Mitra supir memberikan informasi yang akurat tentang pesanan akan dikirimkan. Mitra supir mengizinkan saya untuk berbicara secara langsung menggunakan nomor telepon dengan ramah. Mitra supir memiliki kemampuan dalam menemukan lokasi. 	Modifikasi dari (Wolfenbarger & Gilly, 2003), (R. Singh & Söderlund, 2020), (Rita et al., 2019), dan modifikasi dari penilaian OFD.

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Sumber Skala
		6. Mitra supir memiliki kemampuan untuk mengantarkan pesanan dengan tepat waktu.	
<i>Sensory Value</i>	Konsumen tidak hanya mengasosiasikan produk makanan dengan situasi produksi mereka tetapi juga menghubungkan daya tarik mereka dengan indra, seperti rasa. Bagian terpenting dari pengalaman restoran, "kualitas makanan," yang mencakup rasa yang menarik, kesegaran, variasi item menu, dan presentasi yang menarik. (Campbell-Smith, 1970)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menu makanan di aplikasi OFD ini disajikan dengan menarik. 2. Secara keseluruhan citra rasa makanan yang saya pesan sesuai dengan yang saya harapkan. 3. Menurut saya pengemasan makanan yang saya pesan memiliki desain yang menambah selera makan. 4. Makanan yang saya pesan mengeluarkan aroma yang sedap. 5. Makanan yang saya pesan memiliki tekstur yang sesuai. 	(Yuan & Wu, 2008)
<i>Economic Value</i>	Nilai ekonomi sebagai cerminan dari nilai akuisisi dan nilai transaksi. Nilai transaksi yang dirasakan adalah persepsi kepuasan psikologis atau kesenangan yang diperoleh dari mengambil keuntungan dari segi finansial dari kesepakatan harga. nilai akuisisi yang dirasakan sebagai keuntungan bersih pembeli (atau tradeoff) dari memperoleh produk atau layanan mewakili "jenis nilai yang lebih global dan bertahan lama yang memperhitungkan harga dan kualitas. (Grewal et al., 1998)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Secara keseluruhan, saya merasa harga makanan mitra restoran di aplikasi OFD ini terjangkau. 2. Harga makanan yang saya beli dari mitra restoran di aplikasi OFD terlalu tinggi, mengingat kualitas makanannya. (*) 3. Menurut saya produk makanan di mitra restoran di OFD harganya murah. 4. Mitra restoran pada aplikasi OFD ini menawarkan harga produk makanan yang wajar. 5. Menurut saya harga makanan yang saya pesan pada mitra restoran di OFD ini memiliki harga terbaik 	Modifikasi dari (Mathwick et al., 2001c), (Suhartanto, Helmi Ali, et al., 2019), dan OFD aplikasi.

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Sumber Skala
		<p>dibandingkan pada mitra restoran yang sama di OFD yang lain. (Misalkan produk Nasi kuning di Mbok Rum pada GoFood lebih murah dibandingkan pada GrabFood)</p> <p>6. Menurut saya jenis makanan yang saya pesan merupakan harga terbaik diantara pilihan jenis makanan yang lain di OFD ini.</p>	
<i>Healthy Value</i>	<p>Nilai yang dirasakan oleh konsumen dalam hal kesegaran, rasa, dan penampilan untuk mengevaluasi kualitas makanan. Frekuensi penggunaan isyarat kualitas makanan yang berkaitan dengan kesehatan terutama dipengaruhi oleh perhatian yang diberikan pada kualitas makanan. Isyarat kesehatan makanan yang paling relevan adalah bahan, fakta nutrisi, dan aditif dan untuk dampak lingkungan makanan adalah kemasan, asal makanan, dan jenis produksi. (Petrescu et al., 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa makanan yang dijual oleh mitra restoran di OFD ini mengandung nutrisi yang baik bagi kesehatan. 2. Saya merasa makanan yang diolah oleh mitra restoran pada aplikasi OFD menggunakan bahan segar. 3. Saya merasa makanan yang diolah oleh mitra restoran pada aplikasi OFD ini menggunakan bahan alami. 4. Saya merasa mitra restoran pada aplikasi OFD ini menggunakan cara memasak yang sehat. 5. Saya merasa mitra restoran pada aplikasi OFD ini melakukan proses pengemasan makanan yang bersih. 6. Saya merasa makanan yang dijual oleh mitra restoran OFD ini merupakan makanan yang higienis. 7. Saya merasa makanan yang dijual oleh mitra 	<p>Modifikasi dari (Yoo et al., 2020), dan (Petrescu et al., 2020), dan OFD aplikasi</p>

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Sumber Skala
		restoran ini tidak kadaluarsa.	
<i>Cultural Value</i>	<p>Nilai konsumen berhubungan dengan perilaku individu atau kelompok sebelum, selama dan setelah transaksi pasar. Nilai-nilai sosial mencerminkan inti dari pola pikir seluruh budaya yang dimiliki oleh suatu masyarakat/individu. Mereka terkait dalam nilai-nilai sosial atau budaya yang dipandang bertindak sebagai pembenaran untuk memperoleh barang dan jasa dan untuk merangsang minat, keinginan, penerimaan, berlanggan atau pembelian barang dan jasa. (McGregor, 2000)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya bangga dengan keberagaman menu masakan Indonesia di OFD ini. 2. Makanan di OFD ini menampilkan menu makanan lokal. 3. Makanan yang ditawarkan di OFD ini sesuai dengan selera masyarakat. 4. Saya mendapatkan berbagai jenis makanan sesuai dengan latar belakang budaya saya sendiri. 5. Saya mendapatkan berbagai jenis makanan dari budaya yang berbeda-beda. 	<p>Modifikasi dari (S. N. Zhang et al., 2019) , (Cleveland & Bartikowski, 2018), dan OFD aplikasi.</p>

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Sumber Skala
<i>Online Food Shopping Experience</i>	<p>Tanggapan konsumen terhadap interaksi mereka dengan merek. Konstruksi pengalaman bersifat holistik dan multidimensi. Pengalaman pelanggan tidak semuanya tentang pemikiran kognitif dan rasional; akan tetapi dapat juga melibatkan emosional dan berbagai jenis perasaan. (Schmitt, 1999)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagi saya pengalaman menggunakan OFD ini memberikan kesan yang kuat pada penglihatan saya. 2. Bagi saya pengalaman menggunakan aplikasi OFD ini menyenangkan. 3. Bagi saya pengalaman menggunakan OFD ini memicu rasa ingin tahu saya untuk mencoba menu lainnya. 4. Pengalaman menggunakan OFD ini membantu saya secara efektif memenuhi kebutuhan makanan keluarga. 5. Pengalaman pembelian makanan siap-saji menggunakan OFD ini menimbulkan perasaan yang menyenangkan. 6. Saya merasa nyaman dalam menggunakan OFD ini. 7. Pengalaman memesan makanan di OFD ini menimbulkan pemikiran kreatif dalam memberikan pilihan makanan bagi keluarga. 8. Pengalaman belanja makanan siap saji menggunakan OFD ini membuat saya antusias saat mencari makanan. 9. Secara keseluruhan pengalaman saya membeli makanan di OFD ini sangat mengesankan. 	<p>Modifikasi dari (J. Joško Brakus et al., 2009), (R. Singh & Söderlund, 2020), (Yoo et al., 2020)</p>

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Sumber Skala
<i>Intention to revisit the Food Apps</i>	<i>Revisit</i> merupakan keputusan konsumen untuk kembali atau tidak ke suatu situs internet. Keputusan untuk mengunjungi kembali situs menyerupai perilaku peralihan layanan pelanggan), di mana pelanggan terus menggunakan kategori layanan online tetapi beralih dari satu penyedia layanan ke penyedia layanan lainnya (Keaveney, 1995)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya akan membeli makanan siap saji secara online di OFD ini dimasa yang akan datang. 2. Saya akan menggunakan kembali OFD ini untuk memesan makanan siap saji secara online. 3. Saat saya ingin menemukan jenis makanan tertentu di masa depan, saya akan mengunjungi OFD ini sebagai pilihan pertama saya. 4. Saya akan melakukan lebih banyak pembelian di OFD ini di kemudian hari. 5. Saya akan menambah jumlah pembelian makanan siap saji secara onlline di OFD ini. 	Modifikasi dari (Gounaris et al., 2010b), (Zeithaml et al., 1996) dan OFD aplikasi
<i>Intention to recommend the food merchant</i>	Kata positif dari mulut ke mulut atau kesediaan untuk merekomendasikan adalah hasil yang menunjukkan kepuasan konsumen terhadap kualitas makanan, kualitas layanan elektronik, dan nilai yang dirasakan. (Suhartanto et al., 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya bersedia untuk memberikan ulasan dengan rating bintang 5 bagi mitra restoran di OFD ini. 2. Saya akan memberikan alasan yang spesifik bila pesanan makanan sesuai harapan saya. (misalkan: kemasan, waktu pengiriman, rasa makanan, harga). 3. Jika saya puas dengan mitra restoran, saya akan merekomendasikannya kepada keluarga saya untuk membeli pada mitra restoran di OFD ini. 4. Jika saya puas dengan mitra restoran, saya akan merekomendasikannya 	(Suhartanto et al., 2019), (Quoc Nghi Nguyena, 2020) dan aplikasi OFD.

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Sumber Skala
		kepada relasi saya untuk membeli pada mitra restoran di OFD ini.	
<i>Intention to recommend the food driver</i>	Positif WoM mengacu pada rekomendasi yang baik atau positif dari konsumen kepada konsumen lain tentang produk, jasa atau merek perusahaan. Apabila pelanggan puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan menimbulkan peningkatan kesetiaan pelanggan, sehingga meningkatkan niat pelanggan untuk merekomendasikan (<i>intention to recommend</i>) pelayanan perusahaan. (T. J. Brown et al., 2005)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jika saya puas, saya bersedia memberikan ulasan untuk mitra pengemudi dengan klik bintang 5 pada aplikasi 2. Jika saya puas, saya akan memberikan tip kepada mitra pengemudi OFD ini. 3. Saya bersedia memberikan keterangan yang baik tentang sikap mitra pengemudi. 	Modifikasi dari (Suhartanto et al., 2019), (Quoc Nghi Nguyena, 2020), dan OFD aplikasi

Sumber: olahan penelitian (2021)

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian merupakan sekelompok individu yang mempunyai kesamaan sifat, di mana sifat atau karakteristik tersebut hendak dianalisis oleh peneliti berdasarkan statistik sampel (Bougie & Sekaran, 2020). Sedangkan sampel merupakan objek penelitian yang dipilih dari populasi yang sifat atau karakteristiknya dapat mewakili populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian merupakan proses pemilihan sampel dalam jumlah yang tepat dari populasi, selanjutnya sampel yang telah dipilih akan dipahami dan dipelajari sifat atau karakteristiknya. Oleh karena itu, hasil analisis pada sampel dapat digeneralisasi ke populasi. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah semua generasi milenial di Indonesia yang berusia antara 25 hingga 40 tahun pada tahun

2021. Target populasinya adalah kaum wanita milenial yang melakukan pembelian melalui layanan *online food delivery* selama masa pandemi COVID-19

3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel

Pada penentuan jumlah sampel yang paling umum digunakan dalam penelitian multivariat adalah dengan melakukan perkalian 10 jumlah panah yang menuju variabel endogen (Joe F. Hair et al., 2014). Penelitian saat ini hanya membutuhkan minimum sampel sebanyak 150 data sampel jika menggunakan *rules of ten*.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian yang menggunakan teknik Model Persamaan Struktural (SEM) dapat juga menggunakan analisis daya (*power analysis*). (Memon et al., 2020). *Power analysis* digunakan untuk mendapatkan ukuran sampel yang optimal dengan mempertimbangkan jumlah variabel yang diamati dalam model, ukuran efek yang diharapkan (*f-square*), serta tingkat signifikansi dan kekuatan statistik yang diinginkan. *G*power* adalah kalkulator untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan power, level signifikansi, dan *effect*. *G*power* umumnya menjadi pilihan utama bagi peneliti di bidang bisnis dan ilmu sosial (Memon et al., 2020; Hair et al., 2017). Pada Memon et al. (2020), Kock dan Hadaya (2018) dijelaskan bahwa untuk penelitian bisnis dan ilmu sosial *effect size* yang dimasukan adalah 0,15 (*medium effect size*). Pada hasil penghitungan *G*power* berdasarkan *f test* maka untuk menghasilkan *f test* pada medium *effect size*, dengan *statistical power* sebesar 0,95, level signifikansi adalah 0,05, dan jumlah prediktor adalah tujuh variabel prediktor. Berdasarkan *power analysis*, dengan menggunakan *f-test* maka dihasilkan minimal sampel adalah 153 sampel, namun jika menggunakan *test family* (T-test) dihasilkan minimal sampel adalah 176 sampel. Hasil

perhitungan menggunakan G*power sejalan dengan penjelasan dari Kwong dan Wong (2019), bahwa jumlah sampel sekitar 100 hingga 200 merupakan titik awal yang baik untuk melakukan pemodelan jalur. Namun, jumlah sampel yang lebih besar secara umum dapat menghasilkan solusi yang lebih stabil (Joseph F. Hair et al., 2018) apalagi jika tujuan penelitian adalah mengeksplorasi interkorelasi dengan indikator baru, sebaiknya menggunakan 400 sampel (Kwong & Wong, 2019). Berdasarkan beberapa literatur terkait penentuan jumlah sampel diatas pada penelitian PLS-SEM, maka jumlah minimum pada penelitian saat ini adalah 176 data sampel.

3.5.2 Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel adalah *probability sampling* dan *non-probability sampling* (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *non-probability*, yaitu metode yang memungkinkan pengambilan sampel dari populasi tanpa melakukan pengacakan. Salah satu metode dari *non-probability sampling* adalah *purposive sampling*, peneliti dengan sengaja mencari responden yang memiliki karakteristik/kriteria yang relevan dengan topik penelitian untuk mengumpulkan data yang akurat dan tepat dari sampel. Kriteria sampel pada penelitian saat ini adalah:

1. Jenis kelamin wanita (lahir pada tahun 1981-1996)
2. Berusia 25 – 40 tahun (pada saat kuesioner didistribusikan 2021)
3. Status telah menikah.
4. Telah memiliki anak.
5. Berdomisili di wilayah Jabodetabek.

6. Telah memiliki pengalaman dalam menggunakan minimal 2 aplikasi *platform online food delivery* pada HP.
7. Telah melakukan pembelian makanan siap saji minimal pada dua *platform online food delivery* (*GrabFood, GoFood, Shopee Food*).
8. Memiliki pengalaman pembelian makanan siap saji dalam 6 bulan terakhir minimum lima kali.

Responden dalam penelitian ini diperoleh melalui survei dengan menggunakan kuesioner elektronik melalui *Google Form*. Pendistribusian kuesioner dilakukan mulai bulan Oktober 2021 hingga Maret 2022. Total responden yang berhasil terkumpul sebanyak 499, namun hanya 400 data responden yang memenuhi kriteria penelitian dan dapat diolah. Berdasarkan penentuan jumlah sampel pada penelitian ini, maka jumlah 400 data responden yang terkumpul dianggap sudah memenuhi *rule of thumb*.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Jenis metode pengumpulan data terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data primer dan sekunder.

Data primer dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner dibuat dalam bentuk pertanyaan *close-ended question* (Sekaran & Bougie, 2016). Link kuesioner penelitian didistribusikan menggunakan whatsapp, email, dan facebook. Setiap responden hanya dapat mengirimkan satu kali respon. Hasil dari *google form* diunduh dalam bentuk *csv file* agar dapat dilakukan pengolahan data di SmartPLS.

Data sekunder merupakan data yang sumbernya tidak langsung, misalnya catatan pemerintah atau perpustakaan (Hardani et al., 2020, hlm. 401). Penggunaan data sekunder memiliki keuntungan pada segi biaya dan waktu, sebab pengguna tidak perlu mencari latar belakang dari sebuah informasi seperti misalnya berasal dari sumber bisnis, pemerintahan, kumpulan data, dan penelitian komersial (Malhotra, 2010, hlm. 41). Data sekunder pada penelitian ini berasal dari informasi yang dikumpulkan melalui media elektronik yaitu internet, artikel, dan buku-buku untuk melihat gambaran mengenai industri *online shopping experience*, *milenials online behaviour*, *online food delivery*, *milenials mom's priority*, *milenials mom's behaviour in using online food delivery*, dan *GrabFood/GoFood/Shopee Food website data collection*.

3.7 Metode Analisis Data

Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa penelitian dengan model yang cukup kompleks dan melibatkan banyak variabel laten/konstruktif, pendekatan analisis yang digunakan adalah analisis multivariat. Hair et al. (2019) menjelaskan bahwa pemilihan teknik analisis multivariat yang tepat bergantung pada pengklasifikasian jenis variabel (independen dan dependen), jumlah variabel dependen, dan skala pengukuran masing-masing variabel. Analisis multivariat adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari dua variabel secara simultan. Dalam penelitian ini, terdapat sebanyak 11 variabel yang diamati.

3.7.1 Analisis Multivariat - *Partial Least Square* (PLS-SEM) PLS-SEM

Penelitian saat ini bersifat eksploratif dan deskriptif (Saunders et al., 2019), sehingga pengujian yang dilakukan memiliki tujuan untuk mengevaluasi kemampuan model penelitian yang diajukan dalam memberikan penjelasan (*explanation*) dan prediksi (*predictive*) dalam konteks penelitian ini, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut. PLS-SEM sesuai dengan sifat penelitian, tujuan penelitian, dan karakteristik data pada penelitian ini. Oleh karenanya, penelitian ini menggunakan metode analisis multivariat yang berbasiskan varian, yaitu metode analisis *partial least square - structural equation modelling* (PLS-SEM). PLS-SEM lebih sering digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menguji model prediktif dan mengeksplorasi pengaruh/hubungan antara variabel (Hair et al., 2019). Penelitian ini mengaplikasikan metode analisis PLS-SEM dengan menggunakan SmartPLS TM versi 3.2.9. Hair et al. (2018) menjelaskan bahwa dalam penelitian ini mengaplikasikan metode analisis PLS-SEM model pengukuran sering disebut sebagai *outer* model dan model struktural disebut *inner* model. Kedua model ini pada dasarnya memiliki cara pendekatan yang sama persis.

3.7.2 *Outer Model*

Hair et al. (2018) menjelaskan bahwa *outer model* adalah sebuah komponen dari model jalur teoritis yang berisi indikator dan hubungannya dengan konstruk artinya *outer model* digunakan untuk mengukur reliabilitas dan validitas setiap indikator dari variabel yang diukur. Hair et al. (2019) menjelaskan bahwa tahapan pertama dalam analisis data menggunakan PLS-SEM adalah melakukan evaluasi *outer* model atau model pengukuran dengan melihat hubungan antara indikator dengan variabel latennya. Sekaran & Bougie

(2016) mengungkapkan bahwa untuk mengevaluasi data yang sudah dihimpun apakah sudah termasuk data yang baik perlu dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui dan membuktikan, keakurasian, kestabilan/konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Sedangkan, uji validitas dibutuhkan untuk mengukur akurasi instrument.

3.7.2.1 Indicator Reliability-Outer Loading

Hair et al. (2019) menjelaskan bahwa *indicator reliability* adalah hasil pengujian indikator-indikator yang dimiliki oleh variabel laten. Nilai *outer loading* yang diharapkan harus lebih besar dari 0,708. Dalam penjelasan oleh Hair et al. (2017) *outer loading* $\geq 0,70$, pertahankan indikator reflektif, *outer loading* $\geq 0,40$ tetapi $< 0,70$ harus dipertimbangkan untuk dihapus dari skala jika dengan menghapus indikator menyebabkan peningkatan pada nilai *composite reliability* (atau varians rata-rata yang diekstraksi, $AVE > 0,50$) di atas nilai ambang batas yang disarankan.

3.7.2.2 Construct Reliability-Cronbach's Alpha-Composite Reliability

Construct reliability melihat hasil hitungan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Hasil dari *cronbach's alpha* dengan rentang 0 sampai 1. Jika hasil *Cronbach's Alpha* mendekati nilai 1, maka pertanyaan dari kuesioner menunjukkan konsisten yang tinggi dengan item/indikator dari variabel, akan tetapi penggunaan *Cronbach's Alpha* dalam menguji reliabilitas konstruk menghasilkan nilai yang lebih rendah, sehingga akan lebih dianjurkan untuk menggunakan *composite reliability* untuk melakukan pengujian reliabilitas suatu konstruk. Hasil *composite reliability* harus berada $> 0,07$. Hair et al.

(2017) menjelaskan bahwa ukuran reliabilitas yang memiliki nilai lebih tinggi menunjukkan tingkat keandalan yang lebih tinggi. *Cronbach's Alpha* sensitif terhadap jumlah item dalam skala, namun kurang dapat diandalkan dalam menilai konsistensi internal. Oleh karena itu, penggunaan ukuran keandalan konsistensi internal yang lebih disarankan adalah dengan melihat nilai *composite reliability*.

3.7.2.3 Construct Validity – AVE – Discriminant Validity

Pengujian *construct validity* dengan melihat *average variance extracted* (AVE). Nilai AVE yang diperoleh harus lebih besar dari 0,5. Selanjutnya tahap keempat, masuk ke dalam tahapan pengujian *discriminant validity*. *Discriminant validity* adalah sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lain berdasarkan standar empiris. *Discriminant validity* menyiratkan bahwa suatu konstruk itu unik dan menangkap fenomena yang tidak diwakili oleh konstruksi lain dalam model. Uji *discriminant validity* dapat dilakukan dengan melihat hasil dari *Cross-loading*, jika nilai *cross loading* dari masing-masing indikator terhadap konstruksinya lebih besar dari pada nilai loading dengan konstruk yang lain, maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat permasalahan pada *discriminant validity*. Kedua, *discriminant validity* dapat melihat hasil dari *Fornell-Larcker criterion*, jika akar AVE untuk setiap konstruksinya lebih besar dari pada nilai korelasi dengan konstruk lainnya dalam model penelitian ini, maka dapat dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Namun, hasil penilaian kriteria Fornell-Larcker dan penilaian cross-loading tidak cukup sensitif untuk mendeteksi masalah validitas diskriminan (Hair et al. 2019; Henseler et al., 2015).

Oleh karena penjelasan di atas, pada penelitian saat ini, metode yang digunakan untuk uji *discriminant validity* dengan melihat nilai dari rasio heterotrait-monotrait (HT/MT Ratio) seperti yang diusulkan oleh Henseler et al., (2015), yang memiliki HTMT memberikan dua keuntungan. HTMT tidak memerlukan analisis faktor untuk mendapatkan pemuatan faktor (*factor loadings*), juga tidak memerlukan perhitungan skor konstruk. Ini memungkinkan untuk menentukan HTMT bahkan jika data mentah tidak tersedia, tetapi matriks korelasi ada. Henseler et al., (2015) menjelaskan bahwa terdapat pendekatan tiga nilai batas HTMT, yaitu HTMT.85 ($HTMT < 0,85$), HTMT.90 ($HTMT < 0,90$), dan HTMTinference ($HTMT < 1$) yang menghasilkan tingkat sensitivitas 95% atau lebih tinggi dalam semua kondisi simulasi, serta ketiga pendekatan nilai batas HTMT dapat mendeteksi masalah validitas diskriminan dengan andal. Keempat tahapan pengujian parameter yang dijelaskan di atas telah memenuhi syarat reliabilitas dan validitas, maka barulah dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya (Hair et al., 2019)

3.7.3 Inner Model

Berbeda dengan outer model, inner model adalah model struktural yang diperlukan untuk melakukan penilaian terhadap kualitas model penelitian dengan menguji signifikansi pengaruh antarkonstruk, seperti analisis *path coefficient*. Inner model atau model struktural merupakan model yang dapat menunjukkan hubungan antar variabel laten dalam suatu model penelitian. Pengujian pertama adalah melakukan uji multikolinearitas, memeriksa terlebih dahulu kolinearitas. Pengevaluasian model pengukuran formatif dapat dilakukan dengan melihat *convergent validity*, *indicator collinearity*, *statistical significance*, and *relevance of the indicator weights*. Untuk konstruk yang diukur secara

formatif, *convergent validity* dinilai dengan korelasi konstruk dengan ukuran alternatif dari konsep yang sama (Hair et al., 2017).

3.7.3.1 Multicollinearity – Inner VIF

korelasi konstruk yang diukur secara formatif dengan konstruk item tunggal, yang mengukur konsep yang sama, harus 0,70 atau lebih tinggi. Faktor inflasi varians (VIF) sering digunakan untuk mengevaluasi kolinearitas indikator formatif. Nilai VIF 5 atau lebih menunjukkan masalah kolinearitas kritis di antara indikator konstruksi yang diukur secara formatif. Namun, masalah kolinearitas juga dapat terjadi pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang lebih rendah yaitu 3,3 . Idealnya, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) harus mendekati 3,3 dan lebih rendah Lebih lanjut (Hair et al., 2019)

Kolinearitas tidak menjadi masalah, penilaian hasil model struktural didasarkan terutama pada kemampuannya untuk memprediksi konstruk endogen dan/atau indikatornya. Kemampuan penilaian prediksi model struktural dapat dilihat dari hasil R^2 (*coefficient of determination*) , f^2 (*the effect size*), dan Q^2 (*Blindfolding/Predictive Relevance*) (Hair et al., 2018)

3.7.3.2 Coefficient of determination (R^2)

Nilai R^2 mengukur varian yang dijelaskan dalam setiap konstruksi endogen/dependen yang merupakan ukuran kekuatan penjelas model. R^2 juga merupakan kekuatan prediksi dalam sampel. R^2 berkisar dari 0 hingga 1. Nilai yang lebih tinggi dapat diartikan bahwa model memiliki kekuatan penjelas yang lebih besar pada konstruksi endogen/dependen. Nilai R^2 adalah 0,75 (substansial), 0,50 (sedang) dan 0,25 (lemah) (Hair et al., 2019)

3.7.3.3 The effect size (f^2).

Ukuran efek mewakili perubahan nilai R^2 ketika konstruk eksogen/independen tertentu dihilangkan dari model. Penghitungan *effect size* memiliki tujuan untuk menentukan apakah jika menghapus konstruk prediktor dari model struktural akan memiliki dampak substantif/kuat pada konstruk endogen/dependen. *Rule of thumb* dari nilai f^2 adalah 0,02 mewakili efek kecil, 0,15 mewakili efek sedang, dan 0,35 mewakili efek besar, dari konstruk eksogen/independen, dan ukuran efek kurang dari 0,02 menunjukkan bahwa tidak ada efek (Hair et al., 2019).

3.7.3.4 Blindfolding/Predictive Relevance (Q^2)

Q-Square Predictive Relevance (Q^2) bertujuan untuk mengukur kemampuan prediksi model. Nilai $Q^2 > 0$ mengindikasikan bahwa model memiliki *predictive relevance*, dan jika nilai $Q^2 \leq 0$ mengindikasikan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Nilai $Q^2 > 0,02$ tergolong lemah, $Q^2 > 0,15$ tergolong moderat, $Q^2 > 0,35$ tergolong kuat (Ghozali & Latan, 2015, hlm. 76-81). nilai $Q^2 > 0$ menggambarkan relevansi prediktif kecil, nilai $Q^2 > 0,25$ relevansi prediktif sedang, $Q^2 > 0,50$ relevansi prediktif besar dari model jalur PLS (Hair et al., 2019). Formulasi *Q-Square Predictive Relevance* yaitu $Q^2 = 1 - (1 - R^2)$.

3.7.3.5 PLS_predict

Metode *k-fold cross-validation* digunakan untuk menghitung PLS_predict dalam penelitian ini. Metode ini membagi data ke dalam beberapa grup secara acak dengan jumlah grup yang direkomendasikan sebanyak 10. Salah satu grup dikecualikan dari perhitungan dan digunakan untuk memprediksi grup yang ditahan tersebut. Proses

validasi ini diulang sebanyak satu kali untuk setiap grup. Nilai PLS predict, yang diwakili oleh nilai Q^2 predict, harus lebih besar dari 0 untuk menunjukkan bahwa model tersebut lebih baik daripada tolak ukur yang paling sederhana (Shmueli et al., 2019).

Untuk melihat perbandingan tersebut, dilakukan perhitungan kesalahan prediksi (*prediction error*) menggunakan metode *root mean square error* (RMSE) atau *mean absolute error*. Jika data tidak berdistribusi normal, maka digunakan metode MAE (Shmueli et al., 2019). Selanjutnya, dilakukan perbandingan antara nilai MAE yang diperoleh dari model PLS dengan nilai MAE yang diperoleh dari model regresi linear (LM). Jika seluruh nilai $MAE_{PLS} < MAE_{LM}$, maka model dikategorikan memiliki kekuatan prediksi yang tinggi (*high predictive power*). Apabila mayoritas nilai $PLS_{MAE} < LM_{MAE}$, maka model dikategorikan memiliki kekuatan prediksi yang sedang (*medium predictive power*). Akan tetapi, jika hanya sedikit nilai $MAE_{PLS} < MAE_{LM}$, maka model dikategorikan memiliki kekuatan prediksi yang rendah (*low predictive power*). Terakhir, jika tidak terdapat nilai $PLS_{MAE} < LM_{MAE}$ maka model dikategorikan sebagai model yang tidak memiliki kekuatan prediksi yang cukup (*lack of predictive power*) (Shmueli et al., 2019).

3.7.3.6 Bootstrapping

Tahapan terpenting dalam sebuah penelitian adalah dilakukannya tahap pengujian hipotesis. Dalam tahap pengujian hipotesis akan dilakukan *bootstrapping* agar dapat melihat hubungan dan signifikansi antar variabel yang terdapat dalam model penelitian. Saat melakukan proses pengujian hubungan, penelitian bisa menggunakan metode *one-tail* atau *two-tail*. Hubungan *one-tail* mengindikasikan bahwa terdapat arah pengaruh

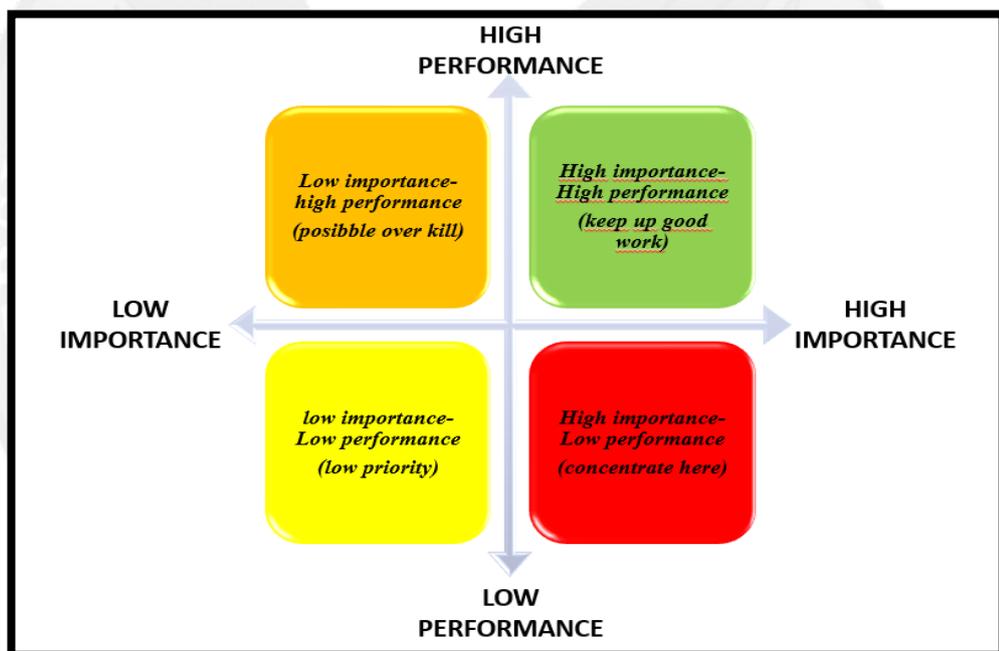
positif antara variabel. Tingkat signifikansi 0,05 dengan *degree of freedom infinity* akan digunakan dalam penelitian saat ini. Oleh karenanya, nilai dari T-Tabel untuk *one-tail* adalah 1.645. Setelah dilakukannya proses pengujian hubungan dan tingkat signifikansi, dilanjutkan dengan melakukan perbandingan hasil dari perhitungan T dari hasil proses *bootstrapping* dengan T-Tabel. Jika dihasilkan bahwa angka yang diperoleh dari T hitung lebih besar dari 1.645, maka dapat dimaknai bahwa hubungan antar variabel tersebut memiliki pengaruh positif. Tahapan selanjutnya adalah dengan melihat hasil dari P-value. Jika hasil P-Value berada pada $< 0,05$, maka dapat artikan bahwa hubungan antar variabel adalah signifikan.

3.7.4 IPMA Analysis

Analisis *importance-performance* memiliki beberapa keunggulan dalam mengevaluasi persetujuan konsumen terhadap inisiatif pemasaran. Ini adalah teknik sederhana yang dapat memberikan wawasan penting mengenai aspek-aspek dari bauran pemasaran yang harus difokuskan oleh perusahaan dan mengidentifikasi area yang mungkin menghabiskan terlalu banyak sumber daya. Penyajian hasil pada *grid importance-performance* menyederhanakan interpretasi data oleh manajemen dan meningkatkan kegunaannya dalam pengambilan keputusan pemasaran strategis (Martilla & James, 1977).

Peta prioritas ini memiliki sumbu x yang mewakili tingkat kepentingan (*importance*) dan sumbu y yang mengindikasikan kinerja (*performance*). Pemisahan diagram IPMA menjadi empat bagian dilakukan dengan menambahkan garis horizontal dan vertikal. Garis-garis imajiner ini didasarkan pada nilai relatif dan tidak didasarkan

pada nilai absolut (Martilla & James, 1977). Metode yang dapat digunakan untuk membuat garis horizontal dan vertikal tersebut adalah dengan menghitung rata-rata dari kepentingan dan kinerja (Ringle & Sarstedt, 2016). Ketika terdapat variabel dan indikator yang terletak pada kuadran *high importance-low performance*, maka diinterpretasikan sebagai *concentrate here*, jika *high importance-high performance* diinterpretasikan sebagai *Keep up with the good work*, jika *low importance-high performance* diinterpretasikan sebagai *possible over kill*, dan jika *low importance-low performance* diinterpretasikan sebagai *low priority* (Martilla & James, 1977).



Gambar 3.2
Basic PLS-SEM IPMA

Sumber: (Martilla & James, 1977; Latan & Noonan, 2017, hlm. 369-370)

3.7.5 FIMIX-PLS

Dalam metode PLS untuk mengestimasi model struktural, sering kali diasumsikan bahwa data yang digunakan pada penelitian adalah homogen atau responden memiliki

karakteristik yang serupa. Namun, asumsi ini tidak realistis karena data bisa saja berasal dari berbagai kelompok atau unit yang berbeda dari responden yang disurvei. Hal ini disebabkan oleh perbedaan perilaku individu satu sama lain. Heterogenitas data diklasifikasikan menjadi dua jenis: teramati (*observed heterogeneity*) dan tidak teramati (*unobserved heterogeneity*). Heterogenitas teramati didasarkan pada informasi yang telah diketahui sebelumnya tentang segmen-segmen tertentu, seperti jenis kelamin, pendapatan, dan usia. Di sisi lain, *unobserved heterogeneity* tidak didasarkan pada informasi yang sudah diketahui sebelumnya.

Untuk mengidentifikasi heterogenitas yang tidak teramati yang mungkin akan menyebabkan masalah dalam estimasi, terdapat dua cara untuk menguji hal ini. (1) *Response Base Unit Segmentation Partial Least Squares* (REBUS-PLS) dengan menggunakan *XLSTAT* dan *Finite Mixture Partial Least Squares* (FIMIX-PLS) dengan menggunakan SmartPLS (Ringle & Sarstedt, 2016). Pada penelitian ini menggunakan *Finite Mixture Partial Least Squares* (FIMIX-PLS). FIMIX-PLS mengestimasi koefisien jalur sambil juga menentukan heterogenitas data dengan memperkirakan probabilitas keanggotaan segmen observasi, sehingga data tersebut sesuai dengan jumlah kelompok yang telah ditentukan sebelumnya (Hair, et al., 2016; Barnes & Mattsson, 2011). Implementasi FIMIX-PLS menghadapi masalah dasar dalam memutuskan jumlah kelompok yang harus dipertahankan dari data. Fokus pada segmen yang lebih besar yang tersisa (Hair, et al., 2016; Barnes & Mattsson, 2011).