

USULAN PERBAIKAN PADA *ONLINE GROCERY SHOPPING* TOSERBA X BERDASARKAN MODEL INTENSI PENGGUNAAN

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh :

Nama : Christa Vania
NPM : 2016610163



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2020**

USULAN PERBAIKAN PADA *ONLINE GROCERY SHOPPING* TOSERBA X BERDASARKAN MODEL INTENSI PENGGUNAAN

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh :
Nama : Christa Vania
NPM : 2016610163



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2020**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Christa Vania
NPM : 2016610163
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN PADA *ONLINE GROCERY SHOPPING* TOSERBA X BERDASARKAN MODEL INTENSI PENGGUNAAN

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, September 2020

**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

(Romy Lince, S.T., M.T.)

Pembimbing Tunggal

(Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M.)

**PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU
MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Christa Vania

NPM : 2016610163

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:
USULAN PERBAIKAN PADA ONLINE GROCERY SHOPPING (OGS)
TOSERBA X BERDASARKAN MODEL INTENSI PENGGUNAAN

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 13 Agustus 2020



Christa Vania

NPM : 2016610163

ABSTRAK

Toserba X adalah salah satu perusahaan yang mendominasi penjualan kebutuhan sehari-hari baik produk bahan makanan, keperluan rumah tangga, hingga pakaian di Kota Bandung. Untuk dapat terus meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggannya, toserba X terus mengembangkan layanan yang ditawarkan kepada pasar, salah satunya adalah layanan *Online Grocery Shopping* (OGS). Pada tahun 2019, target jumlah pengunjung situs web OGS dari toserba X dan jumlah konsumen baru yang berbelanja melalui OGS tidak memenuhi target. Untuk itu, pada tahun 2020 toserba X ingin meningkatkan performansi layanan OGS yang mereka miliki untuk dapat meningkatkan intensi penggunaan OGS pada target pasarnya.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengidentifikasi faktor apa saja yang mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan OGS untuk berbelanja produk kebutuhan sehari-hari. Model penelitian yang digunakan merupakan adaptasi dari *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan penambahan variabel *perceived risk*, *social influence*, *visibility* dan *compatibility*. Sedangkan model TAM terdiri dari variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan metode survei menggunakan kuesioner daring yang diisi oleh 141 responden. Pengujian model penelitian dilakukan dengan metode PLS-SEM.

Hasil pengujian model menunjukkan bahwa intensi penggunaan OGS secara signifikan dipengaruhi oleh *perceived usefulness* (0,43), *perceived ease of use* (0,239), *compatibility* (0,494), *perceived risk* (-0,154), dan *social influence* (0,236). Usulan peningkatan intensi penggunaan disusun berdasarkan analisis matriks *Importance-Performance* guna mengetahui variabel apakah yang harus menjadi prioritas dalam proses perbaikan. Usulan perbaikan yang telah diterima oleh pihak Toserba X meliputi perancangan konten pemasaran, penyediaan *pick up point*, pengadaan *giveaway* untuk ulasan konsumen, pengembangan fitur *blog*, penambahan *web tour*, pengembangan SEO, penambahan tarif pengiriman khusus jarak dekat, dan pengembangan *mobile app* untuk pemesanan dan melacak pesanan.

ABSTRACT

Department store X is one of the companies that dominate the sales of daily needs products from fresh goods to clothing in Bandung. Over the years, department store X is trying to improve its service quality and products to deliver the best shopping experience for its customers. One of the latest innovations in their business is the Online Grocery Shopping (OGS) service. In 2019, their OGS' website traffic and conversion rate didn't reach the company's target. This year, department store X is willing to increase their market's intention to use OGS by improving its service performance.

This research is conducted to determine the factors that influence one's intention to use OGS. The research model was developed based on the Technology Acceptance Model (TAM), consisting of 2 variables which are perceived ease of use and perceived usefulness. Also, there are 4 variables added to the research model which are perceived risk, social influence, visibility, and compatibility. The data collection process was conducted by the survey method, using an online questionnaire that participated by 141 respondents. The model testing method used in this research is PLS-SEM.

According to the model testing, intention to use OGS is significantly influenced by perceived usefulness (0,43), perceived ease of use (0,239), compatibility (0,494), perceived risk (-0,154), and social influence (0,236). Proposed improvement strategies are developed based on Importance-Performance Matrix Analysis to define the priorities of improvement. There are 9 final proposed improvement strategies accepted by the company, including an additional marketing content, pick up point for delivery, giveaway for customer's review, blog features forum for user engagement, in web tour, SEO development, shipping fee adjustment for close range delivery, mobile app optimization for purchasing and order tracking.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Kuasa karena atas berkat dan anugerah-Nya, laporan skripsi dengan judul “Usulan Perbaikan pada Online Grocery Shopping (OGS) Toserba X berdasarkan Model Intensi Penggunaan” dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Laporan skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat tempuh dan lulus mata kuliah ISE184198.

Dalam setiap tahap dan proses penulisan laporan skripsi ini, terdapat pihak-pihak yang telah membantu penulis melalui berbagai bentuk dukungan dan juga doa. Oleh sebab itu, pada kesempatan kali ini, penulis hendak mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Papa dan Mama yang selalu memberikan dukungan doa, moral, dan material dalam proses pembelajaran dan penulisan skripsi.
2. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah mendukung dan membantu penyelesaian penulisan skripsi ini dengan memberikan bimbingan, masukan, dan ilmu-ilmu yang diajarkan.
3. Ibu Paulina Kus Ariningsih S.T., M.Sc. dan Bapak Fran Setiawan S.T., M.Sc. selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah memberikan masukan untuk perbaikan laporan skripsi.
4. Perusahaan pengelola Toserba X dan segenap *staff* yang telah memberikan ijin penelitian dan meluangkan waktu membantu penyelesaian penulisan skripsi.
5. Jasmine, William, Ivan dan Felix yang selalu bisa menghibur ditengah tantangan-tantangan yang dialami penulis.
6. Devina, Liliana, Theodore, Michelle, Obed, Raymond yang telah menyemangati dan menjadi pendengar yang sangat baik bagi penulis.
7. Teman-teman *Overseers* dan *Mentor Cornerstone Youth* yang telah menyemangati dan setia mendukung dalam doa juga mengingatkan penulis untuk dapat mengerjakan skripsi dengan baik.

8. Teman-teman di Teknik Industri 2016 yang sudah menjadi teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi dan saling memotivasi satu sama lain agar skripsi dapat selesai tepat waktu.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberi bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap laporan skripsi ini dapat berdampak baik dan membawa manfaat bagi penulis dan pembaca. Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dan keterbatasan dari laporan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan yang diharapkan dapat diterapkan di masa yang akan datang.

Bandung, 13 Agustus 2020

Christa Vania

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-2
I.2 Tujuan Penelitian	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-5
I.4 Tujuan Penelitian	I-5
I.5 Manfaat Penelitian	I-5
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-5
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 <i>Online Grocery Shopping (OGS)</i>	II-1
II.2 Adopsi Teknologi.....	II-1
II.3 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> untuk OGS	II-2
II.4 Teknik <i>Sampling</i>	II-4
II.5 Skala Pengukuran.....	II-5
II.6 <i>Structural Equation Modeling</i>	II-8
II.7 Pengujian Model Menggunakan PLS-SEM	II-9
II.7.1 Pengujian Model Pengukuran Menggunakan PLS-SEM.....	II-9
II.7.2 Pengujian Model Struktural Menggunakan PLS-SEM	II-10
II.8 <i>Importance-Performance Matrix Analysis (IPMA)</i>	II-11
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Penyusunan Hipotesis dan Model penelitian	III-1
III.2 Operasionalisasi Variabel	III-4
III.3 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	III-7

II.8.1 <i>Pre-test</i> Kuesioner.....	III-7
III.4 Penyebaran Kuesioner.....	III-8
III.4.1 Metode <i>Sampling</i>	III-8
III.4.2 Penentuan Jumlah Sampel	III-9
III.5 Profil Responden	III-10
III.6 Pengujian Model Pengukuran	III-11
III.7 Pengujian Model Struktural	III-15
III.8 Pengujian Skala Prioritas Perbaikan.....	III-15
BAB IV ANALISIS.....	IV-1
IV.1 Analisis Hasil Profil Responden.....	IV-1
IV.2 Analisis Pengembangan Model dan Hasil Pengujian Model Penelitian	IV-1
IV.3 Analisis Penentuan Pemberian Usulan Perbaikan.....	IV-5
IV.4 Rancangan Usulan Perbaikan	IV-6
IV.4.1 Usulan Perbaikan <i>Compatibility</i>	IV-6
IV.4.2 Usulan Perbaikan <i>Perceived Ease of Use</i>	IV-7
IV.4.3 Usulan Perbaikan <i>Perceived Risk</i>	IV-8
IV.4.4 Usulan Perbaikan <i>Perceived Usefulness</i>	IV-8
IV.4.5 Usulan Perbaikan <i>Social Influence</i>	IV-20
IV.5 Rekapitulasi dan Evaluasi Usulan Perbaikan	IV-11
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	V-1
V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran	V-1

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Pencapaian Jumlah <i>Traffic</i> dan <i>Conversion Rate</i> OGS Toserba X.....	I-1
Tabel III.2 Faktor yang Diidentifikasi Melalui Wawancara.....	III-2
Tabel III.2 Operasionalisasi Variabel.....	III-5
Tabel III.3 Rekapitulasi Komentar Tahap <i>Pre-test/ Kuesioner</i>	III-9
Tabel III.4 Profil Responden	III-11
Tabel III.5 Hasil Pengujian <i>Internal Consistency Reliability 1</i>	III-13
Tabel III.6 Hasil Pengujian <i>Indicator Reliability 1</i>	III-13
Tabel III.7 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan AVE	III-14
Tabel III.8 Me Hasil Pengujian <i>Internal Consistency Reliability 2</i>	III-15
Tabel III.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	III-15
Tabel III.10 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	III-16
Tabel III.11 Hasil Pengukuran <i>Inner VIF</i>	III-17
Tabel III.12 Hasil Uji Signifikansi atau Uji Hipotesis	III-17
Tabel III.13 Nilai <i>Total Effect</i>	III-18
Tabel III.14 Nilai R^2	III-18
Tabel III.15 Hasil pengujian <i>Effect Size f^2</i>	III-19
Tabel IV.1 Rekapitulasi Usulan dan Evaluasi	IV-10

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Minat Penggunaan Layanan OGS	I-3
Gambar I.2 Metodologi Penelitian	I-6
Gambar II.1 <i>Technology Acceptance Model</i>	II-3
Gambar II.2 Model TAM untuk OGS	II-4
Gambar II.3 Pembagian Kuadran IPMA.....	II-11
Gambar III.1 Model Penelitian untuk Meninjau Intensi Penggunaan OGS	III-2
Gambar III.2 <i>Path Model</i> Awal	III-11
Gambar III.3 Hasil PLS-SEM.....	III-18
Gambar III.4 Matriks <i>Importance-Performance</i> OGS Toserba X.....	III-19

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN	A-1
-------------------------------------	-----

BAB I

PENDAHULUAN

Pada Bab I ini akan disampaikan mengenai latar belakang masalah, masalah yang ditemukan dalam objek penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, batasan dan asumsi penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan laporan.

I.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya teknologi dan meningkatnya tingkat kesibukan masyarakat, semakin hari semakin banyak teknologi-teknologi terikini yang disediakan dan digunakan oleh berbagai perusahaan yang melakukan penjualan secara langsung kepada konsumennya. Perusahaan mengupayakan berbagai metode-metode yang inovatif untuk mendukung kegiatan jual-beli demi kemudahan dan kepuasan konsumen. Saat ini, salah satu bentuk teknologi yang kian bertumbuh pesat di masyarakat adalah layanan *online shopping*. Dengan menggunakan layanan *online shopping*, konsumen dapat menghemat waktu dan biaya transportasi untuk memperoleh barang-barang yang dibutuhkan. Selain itu banyak juga ditemukan berbagai promosi dan keuntungan lainnya yang dapat diperoleh oleh konsumen dengan melakukan pembelian *online* seperti *cashback*, *reward points*, dan *voucher*. Ditambah lagi dengan banyaknya promosi pada jasa kurir atau ekspedisi yang semakin marak digunakan oleh berbagai perusahaan mulai dari *marketplace* hingga perusahaan yang menjual kebutuhan sehari-hari.

Di Kota Bandung, Toserba X adalah salah satu pilihan pertama masyarakat dalam memperoleh barang-barang kebutuhan sehari-hari. Seiring berkembangnya teknologi dan kebutuhan target pasar, Toserba X terus mengupayakan perbaikan dalam melayani konsumen dan menarik minat target pasarnya. Salah satunya adalah dengan menerapkan teknologi yang mengikuti jaman agar dapat mendukung pencapaian kepuasan pelanggan dan menjaga tingkat pendapatan yang diinginkan. Untuk dapat mencapai kriteria kepuasan pelanggan yang baik, Toserba X berusaha mempermudah kegiatan belanja

konsumen dalam memperoleh kebutuhan sehari-hari dengan menyediakan sebuah *Online Grocery Shopping (OGS)* berbasis situs *web* yang dapat membantu konsumen dalam membeli barang-barang yang tersedia pada Toserba X tanpa harus mengunjungi Toserba X secara langsung. Saat ini, layanan OGS Toserba X masih dalam tahap pengujian pasar untuk dapat menemukan target pasar spesifik dan area jangkauan yang optimal. Jangkauan dari layanan Toserba X sendiri saat ini hanya meliputi 7 daerah yaitu Bandung, Cirebon, Bogor, Tasik, Ciamis, Karawang, dan sebagian kecil dari daerah Jakarta. Namun, pengelola layanan OGS Toserba X saat ini menyadari bahwa layanan OGSnya masih kurang dikenal oleh masyarakat karena kendala pada kapasitas regional, distribusi, dan biaya promosi. Untuk itu, Toserba X ingin meningkatkan intensi penggunaan pada target pasar yang sudah mengetahui layanan OGS untuk mengatasi keterbatasan kemampuan menjangkau populasi yang belum mengetahui layanan OGS.

Berdasarkan data jumlah pengunjung atau *traffic* ke situs *web* layanan OGS Toserba X pada tahun 2019, tingkat pertumbuhan jumlah pengunjung belum berhasil mencapai target perusahaan. Selain itu, jumlah pengunjung yang melakukan pembelian atau dapat diukur dengan *conversion rate*, juga belum dapat mencapai target yang diinginkan. Data target dan pencapaian jumlah *traffic* dan *conversion rate* dari layanan OGS Toserba X dapat dilihat pada Tabel I.1.

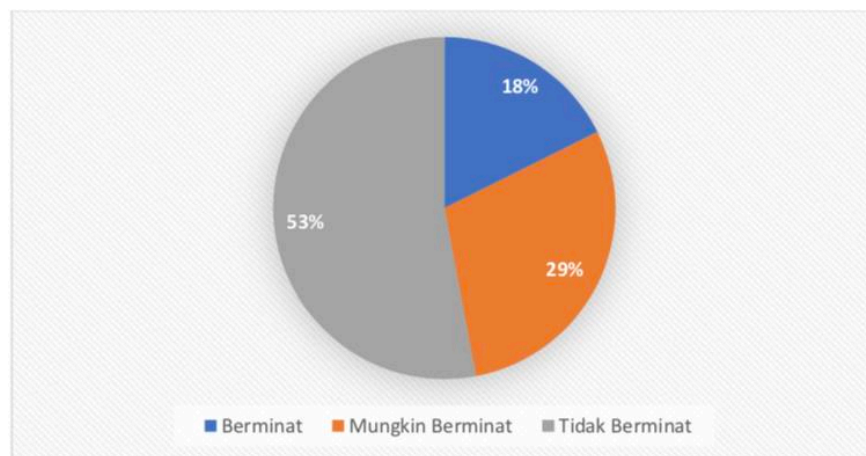
Tabel I.1 Pencapaian Jumlah *Traffic* dan *Conversion Rate* OGS Toserba X

	2019	
	Target	Pencapaian
<i>Traffic</i>	300% dari tahun 2018	205,85% dari tahun 2018
<i>Conversion Rate</i>	4% dari jumlah <i>traffic</i>	2,72% dari jumlah <i>traffic</i>

Selain data pada Tabel I.1, data *analytics* dari situs *web* layanan OGS Toserba X menunjukkan bahwa sepanjang tahun 2019, hanya terdapat 20% *returning customer* dari seluruh jumlah pengunjung situs *web*. Untuk tahun 2020, Toserba X memiliki target pencapaian tingkat *traffic* sebesar 300% dan pencapaian *conversion rate* sebesar 4%. Berdasarkan data ini perusahaan ingin mencari tahu usulan perbaikan apa yang dapat diterapkan agar dapat meningkatkan intensi penggunaan OGS Toserba X agar dapat mencapai target yang diinginkan dan memperoleh peningkatan jumlah pengunjung setiap bulannya.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Sesuai dengan tujuan yang dimiliki oleh perusahaan, yaitu meningkatkan intensi penggunaan layanan OGS, maka dilakukan wawancara terhadap target pasar dari layanan OGS untuk dapat mengetahui hal apa saja yang berpengaruh terhadap intensi penggunaan sebuah layanan online shopping termasuk OGS. Target pasar utama dari layanan OGS Toserba X adalah pria maupun wanita dengan rentang usia 25 tahun sampai dengan 45 tahun. Rentang usia ini diperoleh dari data mayoritas pengguna layanan OGS saat ini. Dari wawancara yang telah dilakukan dengan 20 orang responden yang berusia 25 hingga 45 tahun, seluruh responden menyatakan bahwa mereka kerap menggunakan layanan online shopping. Sebanyak 15 diantaranya mengetahui keberadaan layanan OGS. Namun dari 15 responden tersebut, hanya 7 diantaranya yang mengetahui keberadaan layanan OGS dari Toserba X. Tingkat presentase jumlah responden yang berminat menggunakan layanan OGS dapat dilihat pada Gambar I.1



Gambar I.1 Minat Penggunaan Layanan OGS

Selama tahun 2019, perusahaan telah melakukan beberapa upaya pemasaran maupun pemberian keuntungan dari setiap pembelanjaan yang dilakukan oleh konsumen melalui layanan OGS untuk terus meningkatkan dan menjaga minat penggunaan layanan ini. Upaya yang dilakukan antara lain adalah pemasaran melalui media sosial seperti *instagram* dan *facebook ads*. Selain itu terdapat juga poin *rewards* yang dapat diakumulasikan untuk mendapatkan potongan harga. Keuntungan lain yang ditawarkan adalah adanya layanan gratis pengiriman dengan minimal pembelanjaan sebesar Rp 150.000. Namun jika dibandingkan dengan alasan responden, upaya-upaya ini

belum dapat menjawab keraguan yang dimiliki oleh responden untuk mencoba layanan OGS. Selama tahun 2019, perusahaan telah melakukan beberapa upaya pemasaran maupun pemberian keuntungan dari setiap pembelanjaan yang dilakukan oleh konsumen melalui layanan OGS untuk terus meningkatkan dan menjaga minat penggunaan layanan ini. Upaya yang dilakukan antara lain adalah pemasaran melalui media sosial seperti *instagram* dan *facebook ads*. Selain itu terdapat juga poin *rewards* yang dapat diakumulasikan untuk mendapatkan potongan harga. Keuntungan lain yang ditawarkan adalah adanya layanan gratis pengiriman dengan minimal pembelanjaan sebesar Rp 150.000. Namun jika dibandingkan dengan alasan responden, upaya-upaya ini belum dapat menjawab keraguan yang dimiliki oleh responden untuk mencoba layanan OGS.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari perusahaan pengelola OGS dan wawancara dengan target pasar, maka akan dilakukan penelitian dengan menggunakan model yang berkaitan dengan tingkat adopsi teknologi untuk mengetahui faktor apa saja yang terbukti mempengaruhi intensi target pasar dalam menggunakan layanan OGS. Berdasarkan faktor-faktor inilah kemudian akan disusun usulan perbaikan yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan untuk meningkatkan performansi dan tingkat penggunaan dari layanan OGS. Berikut adalah rumusan masalah untuk permasalahan dari Toserba X:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi intensi penggunaan layanan OGS Toserba X?
2. Apa saja alternatif usulan yang dapat diberikan berdasarkan faktor-faktor yang berpengaruh untuk dapat meningkatkan intensi penggunaan layanan OGS Toserba X?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Untuk menyesuaikan cakupan penelitian dengan waktu dan kapasitas yang memungkinkan maka berikut adalah batasan yang dipertimbangkan untuk digunakan pada penelitian:

1. Penelitian dilakukan terhadap target pasar layanan OGS Toserba X di Kota Bandung.

2. Penelitian yang dilakukan hanya mencapai tahap evaluasi usulan oleh perusahaan pengelola OGS Toserba X dan tidak mencapai tahap implementasi.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang tertera pada subbab I.2, dapat ditentukan tujuan dari penelitian pada layanan OGS Toserba X. Berikut adalah tujuan dari penelitian yang dilakukan.

1. Mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap intensi penggunaan layanan OGS.
2. Memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan intensi penggunaan kepada perusahaan penyedia layanan OGS Toserba X untuk meningkatkan intensi penggunaan berdasarkan faktor-faktor yang berpengaruh.

I.5 Manfaat Penelitian

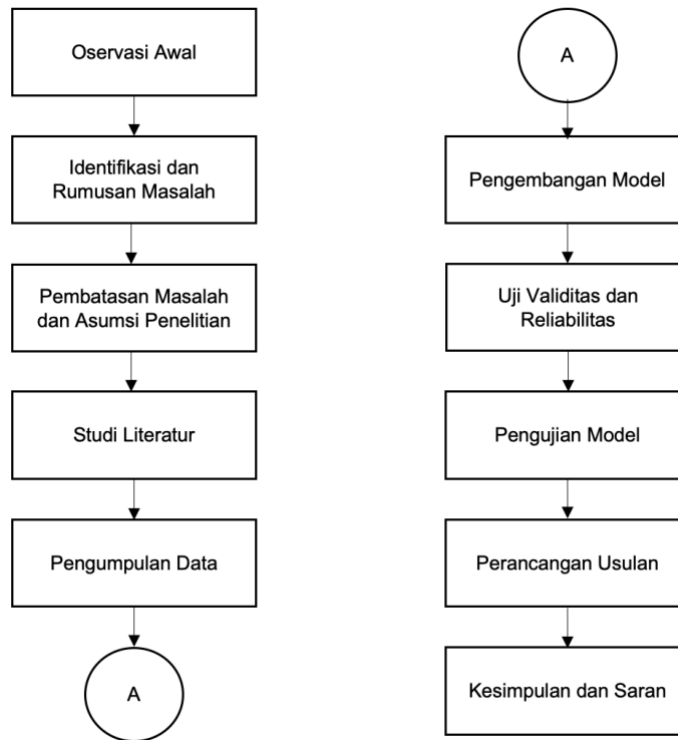
Dengan dilakukannya penelitian ini maka diharapkan terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan objek penelitian maupun pembaca. Berikut adalah beberapa manfaat dari penelitian ini.

1. Memberikan informasi kepada perusahaan pengelola OGS Toserba X mengenai preferensi target pasar yang mempengaruhi intensi penggunaan layanan OGS.
2. Memberikan usulan bagi perusahaan pengelola OGS Toserba X yang dapat dipertimbangkan sebagai alternatif strategi untuk meningkatkan intensi penggunaan OGS Toserba X.
3. Menjadi referensi dan menambah wawasan pengetahuan pembaca seputar faktor yang mempengaruhi intensi konsumen dalam menggunakan OGS.

I.6 Metodologi Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian, diperlukan metodologi yang menjadi acuan langkah-langkah yang dilakukan dari awal sampai dengan akhir penelitian. Penelitian ini diawali dengan observasi awal, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi, studi literatur, pengumpulan data, pengolahan data, identifikasi faktor yang berpengaruh, identifikasi faktor yang perlu diperbaiki,

perancangan usulan perbaikan, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan dan pemberian saran. Langkah-langkah dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar I.2



Gambar I.2 Metodologi Penelitian

1. Observasi Awal

Pada awal dari penelitian ini, dilakukan observasi awal pada objek dan ditentukan topik penelitian yang relevan dengan kondisi permasalahan yang ada pada objek penelitian. Pada penelitian ini, objek penelitian adalah layanan *online grocery shopping* dari Toserba X dan topik yang ditinjau lebih lanjut pada layanan ini adalah tingkat intensi penggunaan layanan OGS Toserba X.

2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Pada tahap identifikasi masalah, dilakukan peninjauan lebih lanjut untuk dapat mengetahui masalah-masalah yang terjadi pada layanan OGS Toserba X. Setelah itu dilakukan perumusan masalah dimana disusun pertanyaan-pertanyaan yang dapat membantu dalam penelitian untuk mencari solusi atas permasalahan yang ditemukan pada tahap identifikasi.

3. Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Sebelum memulai pengumpulan dan pengolahan data pada penelitian, ditentukan batasan dan asumsi yang dapat membantu menjaga cakupan penelitian agar penelitian dapat dilakukan secara tepat dan menyelesaikan masalah yang ditemukan sesuai dengan kapasitas dan jangka waktu yang tersedia.

4. Studi Literatur

Setelah menentukan masalah yang akan diselesaikan pada penelitian ini, maka dilakukan studi literatur terhadap masalah terkait. Teori-teori yang dipelajari pada tahap studi literatur merupakan landasan dari langkah-langkah yang dilakukan dalam pengumpulan dan pengolahan data, pengembangan, pemilihan dan pengujian model, hingga analisis yang dilakukan. Selain itu studi literatur juga berguna sebagai dasar dari usulan yang akan diberikan pada perusahaan.

5. Pengumpulan Data

Pada tahap ini, dikumpulkan beberapa data seperti data dari perusahaan, wawancara dengan target pasar dan penyebaran kuesioner untuk mengumpulkan data yang akan diolah pada tahap-tahap selanjutnya.

6. Pengembangan Model

Pada tahap ini dilakukan pengembangan model yang mengacu pada model penelitian terdahulu dan hasil identifikasi masalah. Karena penelitian ini merupakan penelitian eksploratori maka hipotesis yang dibangun berfungsi untuk memprediksi faktor-faktor yang berpengaruh pada intensi penggunaan OGS. Model acuan *Technology Acceptance Model for OGS* yang dikembangkan oleh Driediger dan Bhatiasevi (2019) adalah model penelitian terdahulu yang digunakan pada penelitian ini. Karena penelitian terdahulu dilakukan di Thailand, dengan kondisi dan karakteristik populasi yang berbeda, maka selain menggunakan model acuan, terdapat faktor-faktor yang diidentifikasi melalui wawancara dengan target pasar OGS Toserba X yang membantu penyesuaian dan kelengkapan variabel yang diteliti.

7. Pengujian Reliabilitas dan Validitas

Pada tahap ini dilakukan uji reliabilitas dan validitas dari data responden yang telah melewati tahap penyisihan data. Tahap ini merupakan tahap

pengujian model yang pertama yaitu pengujian model pengukuran. Kedua pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *software* SmartPLS. Reliabilitas data diukur menggunakan pengujian *internal consistency reliability* dan *indicator reliability*. Sedangkan pengujian validitas dibagi kedalam dua bagian yaitu pengujian *convergent validity* yang memperhitungkan nilai *average variance extracted* (AVE) dan pengujian *discriminant validity* dengan meninjau *Fornell-Larcker criterion*.

8. Pengujian Model

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas, dilakukan pengujian model struktural dengan menggunakan *software* SmartPLS. Pengujian struktural yang dilakukan meliputi pengujian *inner VIF*, pengujian signifikansi atau uji hipotesis, *total effect*, *effect size* dan *R-square*.

9. Analisis dan Usulan

Setelah mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap intensi penggunaan layanan OGS, maka disusun usulan strategi yang dapat diberikan kepada perusahaan agar dapat dipertimbangkan untuk mengatasi alasan atau faktor yang mengakibatkan rendahnya intensi penggunaan layanan OGS.

9. Kesimpulan dan Saran

Pada akhir penelitian dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan pada awal penelitian. Selain itu, diberikan saran untuk perusahaan pengelola Toserba X dan penelitian selanjutnya.

I.7 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan laporan skripsi ini, terdapat beberapa bagian yang membagi tahapan penelitian yang dilakukan kedalam beberapa bab. Berikut adalah sistematika penulisan laporan skripsi yang dapat membantu menunjukkan gambaran secara umum mengenai langkah-langkah penelitian dan materi yang dibahas.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan disampaikan mengenai latar belakang masalah, masalah yang ditemukan dalam objek penelitian, tujuan dan manfaat

penelitian, batasan dan asumsi penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini disampaikan mengenai literatur-literatur dan informasi yang menjadi dasar dalam pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini disampaikan mengenai metode pengumpulan data, profil responden yang mengisi kuesioner penelitian, pengolahan data dengan metode PLS-SEM, serta hasil pengujian yang dilakukan.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Pada bab ini disampaikan mengenai analisis hasil pengumpulan dan pengolahan data, tahapan perancangan usulan perbaikan, usulan perbaikan yang diberikan serta hasil evaluasi pihak perusahaan terhadap usulan yang diberikan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini disampaikan kesimpulan yang berhasil diperoleh setelah melakukan pengolahan data dan perancangan usulan perbaikan juga saran yang disampaikan untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya.