

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menggambarkan hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:15).

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yakni strategi penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2018:51). Sugiyono (2018:51) menjelaskan hubungan klausul adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, dalam penelitian ini strategi asosiatif hubungan klausul digunakan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan dan harga terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan Grabfood

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2018:130). Populasi di dalam penelitian ini adalah pengguna Grabfood yang pernah menggunakan jasa layanan *Online Food Delivery* di bulan Mei sampai Juni 2021.

3.2.1 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:131) menyebutkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang menggunakan kriteria tertentu Sugiyono (2018:138). Kriteria sampel dalam penelitian ini pelanggan yang pernah menggunakan jasa layanan *Online Food Delivery* pada aplikasi Grabfood di bulan Mei sampai Juni 2021. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti maka peneliti memutuskan untuk menggunakan sebanyak 100 responden, sebagaimana pendapat Ghazali (2014:30) yang menyatakan bahwa besarnya sampel untuk pengujian PLS untuk mengkonfirmasi teori, tetapi dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten dan memiliki pengaruh yang lebih besar, minimal direkomendasikan sebanyak 30 sampai 100.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018:213). Teknik pengambilan data menggunakan kuisisioner yang diberikan kepada koresponden pengguna Grabfood. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018:219).

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bagi penelitian karena mendapatkan data dan tanggapan yang pasti dari pelanggan mengenai variabel yang akan diukur. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan skala likert. Sugiyono (2018:152) menyatakan skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata dan untuk analisis kuantitatif.

Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert

No.	Pernyataan	Kode	Penilaian
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Ragu – Ragu	RR	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Sugiyono (2018:152)

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2018:55) Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang diukur, dijabarkan kedalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner. Indikator-indikator yang digunakan untuk penyusunan kesioner penelitian secara rinci dapat dilihat pada table dibawah ini:

1. Kemudahan penggunaan dan interaksi antar pengguna dengan aplikasi Grabfood dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Aplikasi Grabfood lebih sering digunakan pelanggan karena menunjukkan bahwa aplikasi tersebut dapat membantu dan lebih mudah dalam penggunaannya oleh penggunanya. Untuk mengukur kemudahan penggunaan penelitian ini menggunakan sub indikator diantaranya mudah dipelajari (*easy to learn*), dapat dikontrol (*controllable*), jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillful*), mudah digunakan (*easy to use*).
2. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah jasa pesan antar makanan daring, atau sejumlah nilai yang diberikan oleh pelanggan Grabfood untuk memperoleh manfaat atas jasa pesan antar makanan daring yang mereka dapatkan. Untuk mengukur harga penelitian ini menggunakan sub indikator diantaranya keterjangkaun harga, kesesuaian harga dengan

kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

3. Kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan dari kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan jasa pesan makanan daring pada aplikasi Grabfood dengan ekspektasi. Jika pengalaman pelanggan pada Grabfood di bawah daripada ekspektasi, pelanggan akan kecewa. Jika performa sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan merasa puas dengan jasa yang diberikan oleh Grab. Jika hal ini melebihi dari harapan, pelanggan akan sangat puas. Untuk mengukur kepuasan pelanggan penelitian ini menggunakan sub indikator diantaranya kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan.
4. Loyalitas pelanggan suatu perilaku pelanggan yang ditujukan kepada pemakaian berulang dan merekomendasikan penggunaan Grabfood kepada teman. Dimana, pelanggan menggunakan sebuah jasa pesan antar makanan daring melalui aplikasi Grab, kemudian pelanggan tersebut menjadi setia atau loyal kepada Grabfood. Untuk mengukur kepuasan pelanggan penelitian ini menggunakan sub indikator diantaranya melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk atau jasa, mereferensikan kepada orang lain, menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing – pesaing.

Tabel 3. 2 Sub Indikator, Indikator, dan Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Kode
Kemudahan Penggunaan (Davis dalam Fatmawati, 2015)	Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>)	Mudah dipelajari	KP1
	Dapat dikontrol (<i>controllable</i>)	Penggunaan kuota	KP2
	Jelas dan dapat dipahami (<i>clear and understandable</i>)	Menu mudah di pahami	KP3
	Fleksibel (<i>flexible</i>)	Waktu kapan saja	KP4
	Mudah digunakan (<i>easy to use</i>)	Aplikasi mudah di operasikan	KP5

Sub Indikator, Indikator, dan Variabel Penelitian (Lanjutan)

Harga (Kotler dan Amstrong, 2016:78)	Keterjangkaun Harga	Ongkos kirim terjangkau	H1
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Onngkos sesuai pelayanannya	H2
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Menghemat waktu	H3
	Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga	Perbandingan harga	H4
Kepuasan Pelanggan (Tjiptono 2016:101)	Kesesuaian harapan	Delivery time sesuai harapan	KPL1
	Minat berkunjung kembali	Penggunaan rutin	KPL2
	Kemauan untuk merekomendasikan	Menyarankan menggunakan	KPL3
Loyalitas Pelanggan (Griffin 2015:115)	Melakukan Pembelian Berulang secara teratur	Pembelian secara teratur	LP1
	Membeli antar lini produk atau jasa	Menggunakan produk antar lini	LP2
	Mereferensikan kepada orang lain	Membujuk menggunakan	LP3
	Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing - pesaing	Tidak tertarik menggunakan jasa perusahaan lain	LP4

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018:226). Deskripsi responden digunakan untuk mengetahui jumlah responden yang telah dibagi sesuai karakteristik yang telah ditentukan berdasarkan karakteristik demografi (usia, jenis kelamin, pekerjaan) dan berdasarkan karakteristik responden yaitu jenis produk yang dibeli. Tujuan analisis statistik deskriptif adalah memberikan gambaran tentang keadaan atau status fenomena yang berkaitan dengan masalah penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan.

3.5.2 Analisis Jawaban Responden

Deskripsi variabel digunakan untuk mengetahui jawaban dari responden terhadap variabel kemudahan penggunaan, harga, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Untuk menghasilkan kecenderungan jawaban responden terhadap setiap variabel, maka didasarkan pada nilai skor rata-rata atau nilai indeks kemudian dikategorikan ke dalam rentang skor berdasarkan perhitungan *three box method* (Ferdinand, 2014:231). Angka indeks menunjukkan skor 20 hingga 100 dengan rentang sebesar 80. Dengan menggunakan kriteria tiga kotak atau *three box method*, maka rentang sebesar 80 dibagi menjadi 3 bagian, sehingga rentang untuk setiap bagian sebesar 26, kemudian rentang tersebut dapat digunakan sebagai daftar interpretasi indeks berikut:

20 – 46 = Rendah

47 – 73 = Sedang

74 – 100 = Tinggi

Teknik skoring dalam penelitian ini menggunakan skor maksimal 5 dan skor minimal 1, sehingga perhitungan indeks jawaban responden adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut: Nilai Indeks =

$$[(\%F1*1)+(\%F2*2)+(\%F3*3)+(\%F4*4)+(\%F5*5)]/5\dots(3.3)$$

Keterangan:

F1 : Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F2 : Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F3 : Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F4 : Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F5 : Frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

3.5.3 Analisis Jalur

Dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur atau *path analysis* yaitu suatu teknik analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif yang merupakan pengembangan lebih lanjut dari analisis regresi berganda dan bivariat Ghazali (2014:117). Analisis jalur mempunyai kedekatan dengan regresi berganda yaitu bentuk khusus analisis jalur. Teknik ini dikenal sebagai model sebab-akibat atau *causing modeling*. Pada analisis jalur, korelasi antara variabel dihubungkan dengan parameter dari model yang dinyatakan dengan diagram jalur atau *path diagram*. Analisis jalur akan menguji persamaan regresi yang melibatkan beberapa variabel eksogen dan endogen sehingga memungkinkan pengujian terhadap variabel *mediating* atau *intervening* atau variabel antara. Analisis jalur juga dapat mengukur hubungan langsung dan tidak langsung antara variabel dalam model. Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas atau eksogen terhadap variabel terikat atau endogen. Model analisis jalur dapat digunakan apabila secara teori penelitian yakin bahwa variabel yang dianalisis memiliki pola hubungan sebab akibat atau *causal effect*. Dalam analisis jalur terdapat beberapa konsep dan istilah dasar yaitu sebagai berikut:

1. Model Jalur

Model jalur merupakan suatu diagram yang menghubungkan antara variabel bebas, perantara dan tergantung. Pola hubungan ditunjukkan dengan menggunakan anak panah. Anak panah-anak panah tunggal menunjukkan hubungan sebab akibat antara variabel - variabel eksogen atau perantara dengan variabel tergantung atau lebih. Anak panah juga menghubungkan kesalahan (variabel residu) dengan semua setiap variabel endogen. Anak panah ganda menunjukkan korelasi antar pasangan variabel-variabel.

2. Variabel Eksogen

Variabel eksogen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya variabel dependen (Sugiyono, 2018:36). Bila antara variabel eksogen dikorelasikan maka korelasi tersebut ditunjukkan dengan anak panah dengan kepala dua yang menghubungkan variabel-variabel tersebut. Dalam istilah lain dapat disebut dengan variabel independen. Variabel eksogen pada suatu model jalur adalah semua variabel yang tidak ada penyebab eksplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak-anak panah yang menuju ke arahnya selain pada bagian kesalahan pengukuran.

3. Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan variabel yang nilainya tergantung pada variabel lainnya, yang mana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah (Sugiyono, 2018:37). Variabel endogen dalam suatu model jalur merupakan variabel yang mempunyai anak panah-anak panah menuju ke arah variabel tersebut. Yang termasuk didalamnya mencakup semua variabel perantara dan tergantung. Variabel perantara endogen mempunyai anak panah yang menuju ke arahnya dan dari arah variabel tersebut dalam suatu model diagram jalur. Adapun, variabel tergantung hanya mempunyai anak panah yang menuju ke arahnya.

4. Variabel Laten

Variabel laten merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung kecuali dengan satu atau lebih variabel manifest. Variabel laten dapat berfungsi sebagai variabel eksogen maupun endogen. Ada cara untuk

mengetahui apakah sebuah variabel dapat digolongkan menjadi variabel laten dengan menguji apakah variabel tersebut dapat diukur secara langsung atau tidak langsung atau variabel manifest merupakan variabel yang kuantitatifnya diketahui secara langsung, apabila variabel tidak dapat diukur secara langsung, maka variabel tersebut dikategorikan sebagai variabel laten yang membutuhkan sejumlah variabel manifest (Singgih, 2011:7).

5. Variabel Mediasi

Variabel mediasi merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antar variabel independent dengan variabel eksogen dan variabel endogen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur (Sugiyono, 2018:59). Variabel ini sebagai penyela atau antara variabel eksogen dan endogen, sehingga variabel eksogen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel endogen. Adapun syarat efek mediasi yang dipenuhi oleh koefisien jalur yang signifikan, dalam pengambilan kesimpulan mengenai mediasi adalah sebagai berikut (Sholihin dan Ratmono, 2013):

- a. Jika koefisien jalur dari hasil estimasi signifikan dan tidak berubah maka hipotesis mediasi tidak didukung.
- b. Jika koefisien jalur pada variabel mediasi nilainya turun tetapi signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagian atau partial mediation.
- c. Jika koefisien jalur pada variabel mediasi nilainya turun dan menjadi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh atau full mediation.

Penelitian dalam melakukan penelitian ini menggunakan analisis linier partial (*Partial Least Square/PLS*) untuk menguji hipotesis penelitian. Hipotesis akan dianalisis dengan menggunakan software WarpPLS versi 7.0 untuk menguji hubungan antar variabel yang akan dilakukan oleh komputer. Dalam penelitian kuantitatif salah satunya bisa menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan suatu pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian (Ghozali, 2015:14). Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan uji realibilitas, sedangkan model struktural

dilakukan untuk uji kausalitas yakni pengujian hipotesis dengan model prediksi. Tahapan dari analisis PLS di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Analisis *outer model*
- b. Analisis *inner model*
- c. Pengujian hipotesis

3.5.3.1. Analisis Outer Model

Outer model atau model pengukuran yang mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Variabel laten dapat diukur menggunakan indikator – indikator yang bersifat reflektif dan formatif. Perancangan model pengukuran akan menghasilkan sifat indikator dari setiap variabel laten apakah reflektif atau formatif berdasarkan definisi operasional variabel. *Outer model* yang berperan dalam menspesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifestnya disebut *measurement model* (Ghozali, 2014:39). Berikut adalah uji pada *outer model* atau evaluasi model pengukuran reflektif (Ghozali, 2014:54), yaitu sebagai berikut:

1. *Loading factor*
P values lebih kecil dari 0.05 yang diinginkan untuk indikator reflektif (Kock)
2. *Composite Reliability*
Composite reliability mengukur internal consistency dan nilainya harus diatas 0,60.
3. *Validitas Discriminan*
Nilai akar kuadrat dari AVE harus lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel laten.
4. *Cross Loading*
Merupakan ukuran lain dari validitas diskriminan. Diharapkan setiap blok indikator memiliki loading lebih tinggi untuk setiap variabel laten yang diukur dibandingkan dengan indikator untuk laten variabel lainnya.

Uji *outer* model untuk evaluasi model pengukuran formatif (Ghozali,2014:72), yaitu sebagai berikut:

1. Signifikansi Nilai *Weight*

Nilai estimasi untuk model pengukuran formatif harus signifikan. Tingkat signifikan ini dinilai dengan prosedur bootstrapping.

2. Multikolonieritas

Variabel *manifest* dalam blok harus diuji apakah terdapat multikol. Nilai variance inflation faktor (VIF) diatas 10 untuk mengindikasikan terdapat multikol.

3.5.3.2. Analisis Inner Model

Analisa inner model atau analisa structural model yaitu analisa yang menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan *substantive theory* Ghozali (2014:41). Evaluasi inner model dapat dilihat menggunakan beberapa indikator berikut ini:

1. Uji kecocokan model (model *fit*)

Uji model *fit* ini digunakan untuk mengetahui suatu model memiliki kecocokan dengan data. Pada uji kecocokan model terdapat tiga pengujian indeks seperti *average path coefficient* (APC), *average R-square* (ARS) dan *average varians factors* (AVIV), APC dan ARS diterima dengan syarat p value lebih kecil dari 0,50 dan AVIV lebih kecil dari 5.

2. Koefisien determinasi (R^2)

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen menggunakan koefisien determinasi. Hasil R^2 sebesar 0,67, 0,33, 0,19 mengindikasikan bahwa model baik, moderat dan lemah (Ghozali 2014:76).

3. *Q-square*

Model juga dievaluasi dengan melihat hasil *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. *Q-square* untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

Besaran Q^2 memiliki nilai dengan rentang 0 lebih kecil dari Q^2 lebih kecil dari 1, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Besaran Q^2 ini setara dengan koefisien detreminasi total pada analisis jalur atau *path analysis*. Nilai Q^2 lebih besar dari 0 menunjukkan model memiliki prediktif relevansi, sebaliknya jika nilai Q^2 lebih kecil sama dengan 0 menunjukkan model kurang memiliki prediktif relevansi. Perhitungan Q^2 total dilakukan dengan

$$\text{rumus: } Q^2 = 1 - (1 - R1^2)(1 - R2^2)\dots\dots\dots (3.4) \text{ (Chin, 1998 : 43)}$$

3.5.3.3 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekan.

Hipotesis statistik adalah dalam perumusan hipotesis, antara hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) selalu berpasangan, apabila salah satu ditolak, maka yang lain pasti diterima, sehingga keputusan yang tegas, yaitu kalau H_0 ditolak dan H_a diterima. Hipotesis statistik dinyatakan simbol-simbol (Sugiyono, 2017:87).

Uji hipotesis digunakan untuk menguraikan arah pengaruh antar variabel independent dan variabel dependennya. Pengujian menggunakan analisis jalur atau *path analysis* atau model yang telah dibuat. Hasil korelasi antar konstruksi diukur dengan melihat *path coefficient* dan tingkat signifikansinya kemudian dapat dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Untuk mengetahui hasil uji hipotesis secara simultan *path coefficient* yang digunakan untuk melihat seberapa besar nilai setiap koefisien jalur.

Secara statistik hipotesis dapat diterima atau ditolak, dengan dihitung melalui tingkat signifikansinya, tingkat signifikan yang digunakan pada penelitian ini sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. P value (probabilitas *value*) adalah nilai probabilitas atau nilai peluang yang menunjukkan peluang untuk sebuah data untuk digeneralisasikan pada populasi yaitu sebuah keputusan yang benar 95% dan kemungkinan keputusan yang salah sebesar 5%.

H_0 ditolak jika *p-value* kurang dari 0,05 dan;

H_0 diterima jika *p-value* lebih besar atau sama dengan 0,05.

Adapun hipotesis yang diuji statistik dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Ho.1: Kemudahan penggunaan berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan pada Grabfood.

Ha.1: Kemudahan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada Grabfood.

Ho.2: Harga tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada Grabfood.

Ha.2: Harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada Grabfood.

Ho.3: Kepuasan pelanggan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan pada Grabfood.

Ha.3: Kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada Grabfood.

Ho.4: Kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan pada Grabfood.

Ha.4: Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh tidak langsung kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan pada Grabfood.

Ho.5: Kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Grabfood.

Ha.5: Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh tidak langsung harga terhadap loyalitas pelanggan pada Grabfood.