

# Identifikasi Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Mengunjungi Toko Modern Pada Masa Pandemi

Aldy Pratama Putra, Bustanul Arifin Noer, dan Bahalwan Apriyansyah  
Departemen Manajemen Bisnis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)  
*e-mail*: bahalwan@its.ac.id.

**Abstrak**—Peningkatan pandemi Covid-19 di Indonesia, menyebabkan pemerintah menerapkan sejumlah kebijakan diantaranya adalah pembatasan sosial. Pemberlakuan kebijakan ini tentunya berakibat terhadap menurunnya niat kunjungan masyarakat terhadap toko modern. Maka dari itu, penelitian ini akan memverifikasi bagaimana niat konsumen mengunjungi toko modern selama pandemi dipengaruhi oleh persepsi risiko dan kepercayaan sosial. Kuesioner dibagikan secara *online* dan *offline* dengan total responden sebanyak 467 di area Kota Surabaya kemudian dianalisis menggunakan PLS-SEM dan *multigrup analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya *brand trust*, *solidarity toward modern retail*, dan *fair price* berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi toko modern, serta status pekerjaan dinilai dapat memoderasi *solidarity toward modern retail*. Beberapa aspek tersebut dapat dimaksimalkan oleh pengelola toko modern untuk menarik konsumen.

**Kata Kunci**—*Intention to Visit*, *Perceived Risk*, *Social Trust*, Toko Modern.

## I. PENDAHULUAN

RITEL modern menjadi salah satu sektor yang terdampak oleh pandemi hingga mengalami penurunan keuntungan bahkan kerugian. Yongki Susilo seorang pengamat ritel mencatat pertumbuhan penjualan di segmen toko modern tumbuh cukup kecil yaitu 2%. Aprindo menyatakan bahwa terdapat potensi kerugian 10-15 persen untuk setiap toko modern yang berdiri sendiri dan potensi kerugian lebih besar untuk toko modern yang terintegrasi dengan mall yaitu mencapai 40-60 persen. Kerugian ini adalah imbas dari keyakinan konsumen yang masih cukup rendah untuk melakukan pembelian pada saat pandemi.

Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) Indonesia masih berada di bawah angka 100 yang mengindikasikan keyakinan yang cukup rendah[1]. Maka dari itu diperlukan adanya pemicu agar niat kunjungan konsumen terhadap sektor usaha cepat kembali membaik. Niat kunjungan konsumen terhadap sektor usaha di masa pandemi dapat dipicu oleh beberapa stimulus, antara lain kepercayaan sosial, persepsi risiko, serta penerapan strategi marketing[2]. Dari beberapa stimulus tersebut diharapkan dapat meningkatkan niat kunjungan konsumen.

Dari permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis tertarik untuk melihat dorongan apa saja yang mempengaruhi niat konsumen dalam mengunjungi ritel

modern dimasa pandemi khususnya di wilayah Kota Surabaya. Diharapkan dengan adanya penelitian ini ritel modern menjadi mengerti hal apa saja yang perlu dilakukan, sehingga dapat meningkatkan niat kunjungan konsumen.

## II. KAJIAN PUSTAKA

### A. Perilaku Konsumen

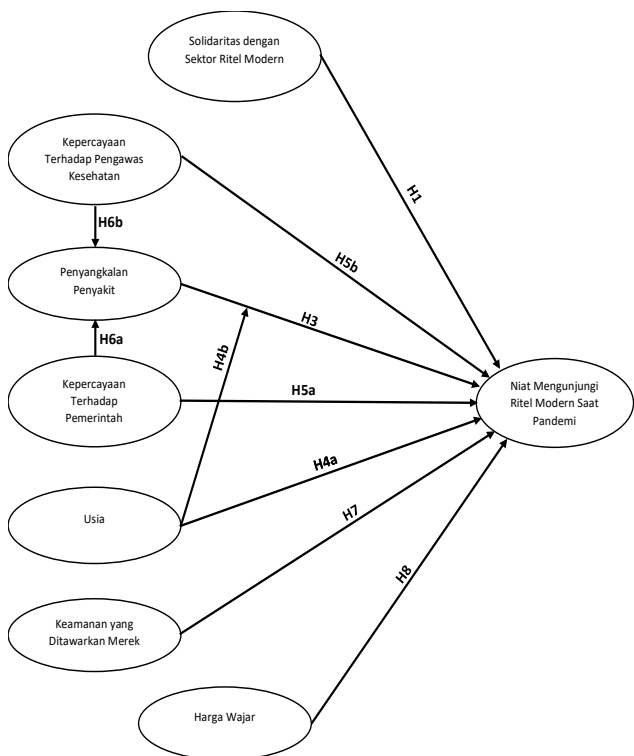
Perilaku konsumen atau *consumer behavior* merupakan bidang ilmu yang membahas tentang proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau membuang produk, layanan, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan[3]. Bidang ini juga berjasa dalam pengembangan suatu produk dengan pendekatan hubungan *marketing* dan memanfaatkan *database* pelanggan. Sehingga pemasar mampu memahami apa yang diinginkan konsumen dari beberapa kelompok. Pada akhirnya mengamati perilaku konsumen membuat para pemasar mengerti apa yang di inginkan konsumen, sehingga konsumen merasa puas[3].

### B. Toko Modern

Toko swalayan atau ritel modern merupakan toko dengan sistem pelayanan mandiri yang menjual berbagai jenis barang secara eceran maupun grosir[4]. Secara umum toko modern menjual barang yang cukup sejenis dengan toko tradisional, namun lebih menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih modern dan juga mengedepankan self service shopping. Pada masa kini keberadaan toko modern sudah sangat menjamur dan menjadi bagian penting dari aktivitas ekonomi masyarakat. Keberadaan ritel modern membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan suatu barang, serta menjadi representatif bagi kehidupan pola hidup masyarakat yang lebih modern.

### C. Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Toko Modern

Pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan penjualan bagi toko modern. Hal itu tergambarkan dari perlambatan pertumbuhan penjualan di segmen toko modern dengan hanya bertumbuh sebesar 2 persen saja. Penurunan keuntungan toko modern didorong oleh banyaknya pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah, diantaranya pembatasan sosial masyarakat dan kebijakan pengurangan kapasitas pelayanan.



Gambar 1. Model Penelitian

### III. METODE PENELITIAN

#### A. Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *snowball sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Surabaya yang berumur diatas 18 tahun, mengetahui mengenai jenis toko modern dan perkembangan Covid-19, serta pernah mengunjungi toko modern dalam kurun waktu sebulan terakhir. Survei dilakukan secara online dan offline, dengan penyebaran kuesioner dilakukan pada 10 November – 5 Desember 2021 dan direspon oleh 519 responden. Dari keseluruhan terdapat 467 responden yang valid, dengan *respond rate* 90%.

#### B. Model dan Hipotesis Penelitian

Model penelitian ini merupakan eksplanatori dikarenakan lebih menjelaskan hubungan antar variabel. Model penelitian yang digunakan di penelitian ini mengadopsi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hakim et al. Model penelitian ini terbentuk dari konstruksi beberapa variabel yang dapat dilihat pada Gambar 1.

Berdasar model penelitian tersebut, maka terdapat beberapa hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

**H1** :Solidaritas dengan sektor toko modern berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi.

**H2** :Status pekerjaan memoderasi solidaritas dengan sektor ritel modern.

**H3** :Penyangkalan penyakit berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi.

**H4** :Usia berhubungan negatif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi (**H4a**) dan memoderasi

Tabel 1. Uji HTMT

	HW	KM	KP	KK	NM	PP	SM
<b>HW</b>							
<b>KM</b>	0,544						
<b>KP</b>	0,098	0,216					
<b>KK</b>	0,320	0,330	0,539				
<b>NM</b>	0,558	0,688	0,208	0,259			
<b>PP</b>	0,236	0,537	0,182	0,234	0,350		
<b>SM</b>	0,493	0,357	0,142	0,232	0,409	0,193	

pengaruh penyangkalan penyakit dalam niat mengunjungi toko modern (**H4b**).

**H5** :Kepercayaan pemerintah berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi (**H5a**), sedangkan kepercayaan pengawas kesehatan berpengaruh negatif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi (**H5b**).

**H6** :Kepercayaan pemerintah berpengaruh positif terhadap penyangkalan penyakit (**H6a**), sedangkan kepercayaan pengawas kesehatan berpengaruh negatif terhadap penyangkalan penyakit (**H6b**).

**H7** :Kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi.

**H8** :Harga wajar yang ditawarkan merek berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi.

### IV. ANALISIS DAN DISKUSI

#### A. Analisis Deskriptif

##### 1) Analisis Demografi

Analisis demografi akan memberikan gambaran secara umum mengenai profil responden yang melakukan kunjungan ke toko modern pada masa pandemi Covid-19. Analisis demografi akan meliputi usia, jenis kelamin, domisili tinggal, pekerjaan, status pekerjaan, dan pendapatan.

Hasil data yang diperoleh menunjukkan bahwa pada penelitian ini responden terbanyak berada pada rentang usia 18 hingga 25 tahun sebesar 54,60 persen. Ini menunjukkan dominasi dari usia muda yang mengisi penelitian ini. Selain itu hasil data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden penelitian ini sebanyak 52, 89% merupakan perempuan dan sisanya sebanyak 47,11% responden adalah laki-laki.

Penelitian ini dibatasi hanya pada wilayah Kota Surabaya saja, sehingga domisili responden yang lolos seleksi juga keseluruhannya berasal dari Kota Surabaya. Mayoritas responden berasal dari daerah Surabaya Barat yaitu sebanyak 49,89% responden. Wilayah Surabaya Pusat mendapat 4,71% responden paling sedikit dikarenakan kurangnya keterjangkauan dari peneliti terhadap wilayah tersebut, selain itu banyak dari mereka yang beraktifitas di daerah tersebut tidak bertempat tinggal disana melainkan di tempat lainnya.

Mayoritas responden penelitian ini merupakan pekerja swasta dengan pemilih sebesar 31,91% responden. Kemudian sebanyak 28, 91% responden merupakan golongan pelajar atau mahasiswa, sebanyak 19,49% responden merupakan golongan yang tidak bekerja. Selain itu penghasilann mayoritas reponden berada dibawah Rp. 1.000.000. Hal ini berkesesuaian dengan demografi status pekerjaan responden yang sebagian besar mahasiswa dan tidak bekerja.

Tabel 2  
Hasil Inner Path Model

Kode	Hubungan	Path Coefficient	P Value	Keterangan
H1	Solidaritas ritel modern → Niat mengunjungi	0,115	0,028	Diterima
H3	Penyangkalan penyakit → Niat mengunjungi	0,011	0,844	Ditolak
H4a	Usia → Niat mengunjungi	0,006	0,894	Ditolak
H4b	Efek moderasi usia terhadap penyangkalan penyakit	-0,079	0,092	Ditolak
H5a	Kepercayaan pemerintah → Niat mengunjungi	0,012	0,838	Ditolak
H5b	Kepercayaan pengawas kesehatan → Niat mengunjungi	0,012	0,856	Ditolak
H6a	Kepercayaan pemerintah → Penyangkalan penyakit	-0,181	0,058	Ditolak
H6b	Kepercayaan pengawas kesehatan → Penyangkalan penyakit	0,221	0,002	Ditolak
H7	Kepercayaan merek → Niat mengunjungi	0,327	0,000	Diterima
H8	Harga wajar → Niat mengunjungi	0,241	0,000	Diterima

## 2) Analisis Usage

Analisis deksriptif usage dilakukan untuk mengetahui karakteristik dari responden dalam mengunjungi toko modern pada masa pandemi ini. Terdapat beberapa analisis usage yang dilakukan yaitu pengeluaran bulanan di toko modern dan frekuensi kunjungan ke toko modern.

Dari hasil pengolahan hasil kuesioner responden didapatkan data yang menunjukkan mayoritas 28,3% atau 132 orang responden menghabiskan rata-rata pengeluaran bulanan di toko modern antara Rp. 250.001 hingga Rp. 500.000. Selain itu responden juga mengatakan bahwa mereka melakukan kunjungan ke toko modern sebanyak 1-5 kali saja dalam sebulan.

## 3) Analisis Crosstab

Hasil *crosstab* pertama menunjukkan mayoritas responden berusia 18 hingga 25 tahun dengan jenis kelamin perempuan dan frekuensi belanja ke toko modern sebanyak 1 – 5 kali dalam sebulan. Implikasi yang dapat diperoleh dari hasil *crosstab* ini yaitu pengelola usaha toko modern bisa lebih banyak melakukan iklan dengan gaya lebih kekinian dan menggunakan media yang sesuai juga seperti sosial media, sehingga bisa lebih menarik konsumen usia muda utamanya. Pengelola toko modern juga bisa menggunakan promo-promo menarik untuk menarik konsumen perempuan.

Hasil *crosstab* kedua menunjukkan bahwa mayoritas responden yang berbelanja itu bekerja sebagai pelajar/mahasiswa dengan pendapatan dibawah Rp. 1.000.000 dan menghabiskan pengeluaran belanja sekitar Rp 100.000 hingga Rp. 250.000. Implikasi yang didapatkan dari *crosstab* tersebut yaitu konsumen berasal dari pelajar atau mahasiswa yang kebanyakan belum memiliki pendapatan sendiri, sehingga produk belanja perlu disesuaikan dengan kebutuhan para pelajar. Kebanyakan pelajar menghabiskan sekitar Rp. 100.000 hingga Rp. 250.000 maka kemungkinan barang yang dibeli merupakan barang dengan harga yang murah, seperti snack, minuman, alat tulis, maupun kebutuhan perawatan tubuh.

## B. Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan untuk memeriksa dan meyeleksi data agar nantinya bisa diolah lebih lanjut pada uji statistic[5]. Terdapat lima uji yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji outliers, uji normalitas, uji linearitas, dan uji multikolinearitas. Keseluruhan pengujian ini dilakukan agar mendapatkan hasil data akurat, tepat dan memiliki reabilitas yang baik.

## 1) Uji Outliers

Uji *outliers* dilakukan dengan mengukur *z-score* dengan standar nilai antara -4 hingga 4 untuk jumlah sampel lebih dari 80 responden[5]. Jika terdapat data yang berada diluar nilai standar maka harus dihilangkan agar tidak berpengaruh bagi hasil penelitian. Dari keseluruhan 467 data yang digunakan pada penelitian ini keseluruhannya dinyatakan telah lolos uji *outliers*.

## 2) Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan grafik *Q-Q Plot* serta analisis nilai dari *skewness* dan *kurtosis*. Data analisis dinyatakan normal apabila nilai *skewness* berada diantara -2 hingga 2 dan nilai *kurtosis* berada dibawah angka 3. Pada lampiran 6 dapat dilihat bahwa data pada penelitian ini terdistribusi normal dimana nilai *skewness* berada pada rentang -0,62 hingga 0,79. Begitupula nilai *kurtosis* berada pada rentang -0,31 hingga 0,79 sehingga data pada penelitian ini terdistribusi secara normal dan memenuhi syarat.

## 3) Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengukur keseluruhan hubungan variabel dalam penelitian dan mengidentifikasi linearitas yang berpengaruh pada korelasi[6]. Uji linearitas membentuk sebuah *scatter plot* untuk mengidentifikasi pola yang *nonlinear*. Hasil uji pada penelitian ini menunjukkan hubungan yang linear antar variabel. Hal ini terlihat dari titik *matrix scatter plot* yang tersebar mengarah ke kanan atas, sehingga data dapat dikatakan linear dan dapat digunakan dalam penelitian.

## 4) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan penilaian mengenai adanya korelasi di antara variabel independen. Uji ini dilakukan dengan mengukur nilai *variance inflation factor* (VIF). Data dinyatakan lolos uji multikolinearitas apabila menunjukkan angka dibawah 10. Pada penelitian ini, keseluruhan nilai VIF berada dibawah angka 10, maka dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel menunjukkan hubungan korelasi yang rendah.

## C. Analisis PLS-SEM

### 1) Outer Model

#### a. Internal Consistency

Pengujian reabilitas atau konsistensi menggunakan nilai cronbach's alpha dan composite reliability (CR). Nilai minimal dari cronbach's alpha yaitu  $\geq 0,7$  dan nilai composite reliability  $\geq 0,7$  maka baru dapat dikatakan indikator tersebut

Tabel 3.  
Hasil Multigrup Analysis

Kode	Responden dengan Pekerjaan Formal				Responden dengan Pekerjaan Informal dan Tidak Bekerja			
	Hubungan	Path Coefficient	P Value	Ket.	Hubungan	Path Coefficient	P Value	Ket.
H1	Solidaritas ritel modern → Niat mengunjungi	0,056	0,454	Ditolak	Solidaritas ritel modern → Niat mengunjungi	0,141	0,039	Diterima
H3	Penyangkalan penyakit → Niat mengunjungi	0,057	0,531	Ditolak	Penyangkalan penyakit → Niat mengunjungi	-0,004	0,962	Ditolak
H4a	Usia → Niat mengunjungi	-0,043	0,475	Ditolak	Usia → Niat mengunjungi	0,000	0,998	Ditolak
H4b	Efek moderasi usia terhadap penyangkalan penyakit	-0,066	0,327	Ditolak	Efek moderasi usia terhadap penyangkalan penyakit	-0,049	0,435	Ditolak
H5a	Kepercayaan pemerintah → Niat mengunjungi	-0,000	0,998	Ditolak	Kepercayaan pemerintah → Niat mengunjungi	0,068	0,414	Ditolak
H5b	Kepercayaan pengawas kesehatan → Niat mengunjungi	-0,057	0,620	Ditolak	Kepercayaan pengawas kesehatan → Niat mengunjungi	0,057	0,582	Ditolak
H6a	Kepercayaan pemerintah → Penyangkalan penyakit	-0,242	0,096	Ditolak	Kepercayaan pemerintah → Penyangkalan penyakit	-0,158	0,214	Ditolak
H6b	Kepercayaan pengawas kesehatan → Penyangkalan penyakit	0,298	0,019	Ditolak	Kepercayaan pengawas kesehatan → Penyangkalan penyakit	0,210	0,035	Ditolak
H7	Kepercayaan merek → Niat mengunjungi	0,456	0,000	Diterima	Kepercayaan merek → Niat mengunjungi	0,265	0,000	Diterima
H8	Harga wajar → Niat mengunjungi	0,231	0,003	Diterima	Harga wajar → Niat mengunjungi	0,207	0,003	Diterima

baik untuk digunakan[7]. Pada penelitian ini nilai cronbach's alpha dari 2 indikator berada dibawah 0,7 yaitu indikator kepercayaan pengawas kesehatan (0,691) dan indikator niat mengunjungi (0,673). Peneliti memutuskan untuk tetap menggunakan kedua indikator tersebut dikarenakan perbedaan dengan batas minimal tidak terlalu jauh yaitu kurang dari 0,03 dan selain itu beberapa teori lainnya beranggapan bahwa untuk nilai cronbach's alpha  $\geq 0,6$  masih bisa dipertimbangkan untuk digunakan dalam penelitian[8].

*b. Convergent Validity*

Penilaian terhadap convergent validity didapatkan dengan melihat nilai outer loading dan nilai AVE. Nilai outer loading yang bisa diterima yaitu dengan nilai minimal sama atau lebih besar dari 0,7. Sedangkan untuk nilai AVE sebesar 0,5 atau lebih menunjukkan validitas konvergen yang dikatakan baik. Dalam Penelitian ini terdapat beberapa nilai outer loading <0,7, namun nilai tersebut tidak ada yang < 0,4 sehingga tidak perlu untuk dihapus[5]. Kemudian untuk nilai AVE keseluruhan indikator berada diatas 0,5 sehingga dapat dikatakan memenuhi.

*c. Diskriminant Validity*

Uji diskriminan dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan *hetero monotrait ratio* (HTMT). Uji diskriminan ini akan mengukur nilai keunikan dari satu variabel laten terhadap variabel lainnya. Uji diskriminan dinyatakan lulus apabila nilai HTMT <0,9[7]. Makin mendekati angka 1, maka konstruk tersebut dikatakan bersifat lemah. Hasil HTMT dapat dilihat pada Tabel 1.

*2) Inner Model*

*a. Coefficient of Determination (R2 Value)*

Penelitian ini memiliki dua variabel endogen yaitu niat mengunjungi dan penyangkalan penyakit. Variabel

penyangkalan penyakit memiliki nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,049 yang mana dapat diartikan 4,9 persen dapat dijelaskan oleh variabel eksogennya yaitu kepercayaan pemerintah dan kepercayaan pengawas kesehatan. Kesimpulannya untuk variabel endogen niat mengunjungi memiliki nilai 0,314 sehingga tergolong bersifat moderat, sedangkan untuk variabel endogen penyangkalan penyakit memiliki nilai 0,049 sehingga tergolong bersifat lemah.

*b. Predictive Relevance (C)*

Hasil perhitungan Q2 diperoleh nilai sebesar 0,35 atau 35 persen yang berarti model structural penelitian mampu merepresentasikan 35 persen dari kondisi nyata, sedangkan 65 persen dipengaruhi oleh faktor lainnya sehingga dapat mencerminkan keadaan yang sesungguhnya. Model penelitian ini dinyatakan memiliki relevansi prediktif yang baik, karena memiliki nilai Q2 diatas 0.

*3) Hasil Inner Path Model*

Hasil *final inner path model* dilakukan dengan aplikasi SmartPLS dengan metode *Consistent Bootstrapping* sebanyak 1000 sub-sampel dengan signifikan level yang digunakan sebesar 0,05. Sehingga hubungan yang terjadi antar variabel dikatakan signifikan bila *p-value*  $\leq 0,05$  dan nilai *t-statistic*  $\geq 1,96$ . Dari hasil uji hipotesisi yang dilakukan terdapat 4 hipotesis yang memiliki *p-value* diatas nilai *cut off*, sedangkan 6 hipotesis lainnya berada dibawah nilai *cut off*. Sehingga data disimpulkan terdapat 4 hipotesis yang bisa diterima yaitu H1 - solidaritas ritel modern terhadap niat mengunjungi, H6b - kepercayaan pengawas kesehatan terhadap penyangkalan penyakit, H7 - kepercayaan merek terhadap niat mengunjungi, serta H8 - harga wajar terhadap niat mengunjungi. Hasil lebih lengkapnya dapat diamati pada Tabel 2.

#### 4) Hasil Multigrup Analysis

Setelah mendapat hasil inner path model, maka langkah selanjutnya adalah melakukan multigrup analysis guna untuk mengetahui moderasi efek dari status pekerjaan. Dalam melakukan MGA status pekerjaan akan dibagi menjadi dua kelompok yaitu pekerjaan formal (bekerja langsung maupun daring) dan pekerjaan informal dan tidak bekerja. Total terdapat 157 sampel responden untuk pekerjaan formal dan 310 sampel responden untuk pekerjaan informal dan tidak bekerja. Hasil MGA pada tabel 3 menunjukkan bahwa untuk responden dengan pekerjaan formal memiliki hasil tiga hipotesis yang diterima yaitu kepercayaan pengawas kesehatan terhadap penyangkalan penyakit, kepercayaan merek terhadap niat mengunjungi, serta harga wajar terhadap niat mengunjungi. Sedangkan untuk responden dengan pekerjaan informal dan tidak bekerja memiliki hasil 4 hipotesis yang diterima yaitu solidaritas ritel modern terhadap niat mengunjungi, kepercayaan pengawas kesehatan terhadap penyangkalan penyakit, kepercayaan merek terhadap niat mengunjungi, serta harga wajar terhadap niat mengunjungi. Hal ini sekaligus menjawab H2 dimana status pekerjaan dapat mempengaruhi solidaritas terhadap sektor ritel modern.

#### D. Pembahasan Hipotesis Penelitian

Pada bagian ini akan membahas mengenai hasil penelitian yang dihubungkan dengan hipotesis yang telah dibentuk sebelumnya. Analisis hipotesis akan diamati melalui nilai *p-value* antar variabel. Nilai *p-value*  $\leq 0,05$  menunjukkan hasil yang signifikan terhadap rumusan hipotesis yang telah ditentukan.

#### **Hipotesis 1 : Solidaritas dengan sektor toko modern berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi – Diterima**

Hasil uji dengan PLS-SEM menunjukkan bahwa ditemukannya hubungan yang positif antara solidaritas dengan sektor toko modern dengan niat mengunjungi toko modern yang digambarkan dengan nilai  $\beta$  sebesar 0,115 yang berarti positif. Selain itu pada hipotesis ini mendapat nilai *p-value* 0,028 dan *t-statistics* 2,202 yang mengindikasikan bahwa hipotesis 1 ini diterima karena menunjukkan bahwa solidaritas dengan sektor toko modern berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Hakim et al. yang menyatakan bahwa solidaritas dengan sektor restoran berpengaruh positif terhadap niat kunjungan selama pandemi.

#### **Hipotesis 2 : Status pekerjaan memoderasi solidaritas dengan sektor ritel modern – Diterima**

Pengujian terhadap hipotesis 2 dilakukan dengan menggunakan *multigrup analysis* dimana status pekerjaan menjadi moderasi. Terdapat 2 kelompok yaitu pekerjaan formal dengan jumlah 157 responden dan pekerjaan informal dan tidak bekerja dengan jumlah 310 responden. Hasil menunjukkan untuk grup dengan status pekerjaan formal mendapat nilai *p-value* sebesar 0,454 dan *t-statistics* 0,750 dimana hasil ini menyebabkan ditolaknya hipotesis 1 solidaritas dengan sektor toko modern berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi. Sebaliknya untuk grup dengan status pekerjaan informal dan

tidak bekerja mendapat nilai  $\beta$  sebesar 0,141, nilai *p-value* sebesar 0,039 dan *t-statistics* 2,071 sehingga menyebabkan diterimanya hipotesis 1 solidaritas dengan sektor toko modern berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 status pekerjaan memoderasi solidaritas dengan sektor ritel modern dapat diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hakim et al. yang juga memberikan hasil bawasannya status pekerjaan dapat memoderasi solidaritas ritel modern, namun terdapat perbedaan hasil dimana pada penelitian sebelumnya pekerja formal lebih memiliki solidaritas ketimbang pekerja informal dan mereka yang tidak bekerja. Hal ini terjadi karena masyarakat di Indonesia terutama yang memiliki pekerjaan secara formal cenderung masih menahan konsumsinya. Masyarakat cenderung hanya berbelanja untuk kebutuhan yang dirasa penting saja. Sedangkan untuk mereka yang berstatus pekerja informal dan tidak bekerja sebagian besar berasal dari ibu rumah tangga dan pelajar. Masyarakat pada golongan ini cenderung tidak memiliki mobilitas yang tinggi terutama pada masa pandemi seperti ini, sehingga dalam proses memenuhi kebutuhannya mereka cenderung melakukan kunjungan ke toko modern yang sama. Kunjungan ke toko modern yang sama berulang ulang ini dapat disebabkan oleh adanya rasa emosi dan kedekatan yang terbentuk dari citra toko modern tersebut[9]. Hal inilah kemudian yang menyebabkan kecenderungan masyarakat pada golongan ini cenderung memiliki solidaritas yang lebih tinggi terhadap toko modern, dimana mereka cenderung sudah nyaman dengan tempat belanja tersebut. Jika disimpulkan disini bahwasannya masyarakat dengan pekerjaan formal cenderung lebih melihat kondisi dari sisi finansial, sedangkan untuk masyarakat dengan pekerjaan informal dan tidak bekerja lebih cenderung melihat kondisi dari sisi sosial mereka.

#### **Hipotesis 3 : Penyangkalan penyakit berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi – Ditolak**

Pengujian terhadap hipotesis 3 penyangkalan penyakit berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi menghasilkan nilai *p-value* sebesar 0,454 dan *t-statistics* 0,750. Nilai *p-value*  $>0,05$  dan *t-statistics*  $<1,96$  menyebabkan hipotesis ini ditolak. Meninjau dari nilai yang dihasilkan *path coefficient* sebesar 0,011 menunjukkan nilai yang positif, namun tidak mencapai tingkat kebenaran yang diinginkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif dan tidak signifikan antara penyangkalan penyakit dan niat mengunjungi toko modern.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya oleh Hakim et al. dimana dalam penelitiannya menyatakan bahwa penyangkalan penyakit berpengaruh positif terhadap niat berkunjung. Hal ini bisa terjadi akibat dari timeline waktu penelitian yang berbeda dimana penelitian Hakim et al. dilakukan pada Oktober 2020 dimana pandemi baru saja muncul dan belum banyak informasi yang benar terkait pandemi Covid-19, sedangkan penelitian ini mulai membagi kuesioner pada bulan November 2021 dimana informasi cenderung sudah lebih banyak dan mudah didapatkan. Salah satu yang bisa kita lihat menjadi patokan adalah angka vaksinasi Covid-19 di Indonesia yang telah

mencapai 138 juta jiwa. Hal ini tentunya mengindikasikan telah lebih dari 50 persen masyarakat Indonesia yang telah mengetahui informasi mengenai pandemi Covid-19 ini. Sehingga hasil penelitian ini dapat dikatakan relevan dengan keadaan di Indonesia saat ini yang mayoritas masyarakatnya sudah mengerti mengenai adanya pandemi Covid-19,

**Hipotesis 4 : Usia berhubungan negatif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi (H4a) – Ditolak dan memoderasi pengaruh penyangkalan penyakit dalam niat mengunjungi toko modern (H4b) – Ditolak**

Hipotesis 4a menunjukkan hasil nilai *p-value* sebesar 0,894 dan *t-statistics* 0,134, sehingga hal ini mengindikasikan ditolaknya hipotesis usia berhubungan negatif terhadap niat mengunjungi toko modern. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya Hakim et al. dimana juga menyatakan hal yang sama yaitu usia tidak berhubungan dengan niat mengunjungi. Hipotesis 4b menunjukkan hasil nilai *p-value* sebesar 0,092 dan *t-statistics* 1,686, sehingga hal ini mengindikasikan ditolaknya hipotesis usia memoderasi pengaruh penyangkalan penyakit dalam niat mengunjungi toko modern. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Hakim et al. dimana menyatakan bahwa usia memoderasi pengaruh penyangkalan penyakit dalam niat mengunjungi. Terkait pengaruh variabel moderasi umur ini tidak dapat meningkatkan pengaruh antara penyangkalan penyakit dan niat mengunjungi, dapat dikarenakan setiap masyarakat pada rentang usia yang berbeda memiliki resiko yang sama terhadap adanya pandemi Covid-19[10].

**Hipotesis 5 : Kepercayaan pemerintah berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi (H5a) – Ditolak, sedangkan kepercayaan pengawas kesehatan berpengaruh negatif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi (H5b) – Ditolak**

Pada hipotesis 5a menunjukkan hasil nilai *p-value* sebesar 0,838 dan *t-statistics* 0,204 dimana kondisi ini berada dibawah nilai *cut off* sehingga hipotesis kepercayaan pemerintah berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi ditolak. Sedangkan untuk hipotesis 5b hasil nilai *p-value* sebesar 0,856 dan *t-statistics* 0,182 dimana kondisi ini juga berada dibawah nilai *cut off* sehingga hipotesis kepercayaan pengawas kesehatan berpengaruh negatif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi.

Hasil ini berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh Hakim et al. yang menunjukkan bahwa hipotesis 5b diterima. Ini mungkin terjadi karena perbedaan dari cara pemerintah dan lembaga kesehatan dalam mengatasi pandemi Covid-19[2]. Di Indonesia sendiri tidak pernah ada larangan spesifik untuk pergi ke toko modern sejak awal pandemi yang dilakukan hanya pembatasan jumlah orang dan waktu, sehingga sejak awal tidak ada perubahan yang signifikan yang dapat mendorong niat kunjungan ke toko modern.

**Hipotesis 6 : Kepercayaan pemerintah berpengaruh positif terhadap penyangkalan penyakit (H6a) – Ditolak, sedangkan kepercayaan pengawas kesehatan**

**berpengaruh negatif terhadap penyangkalan penyakit (H6b) – Ditolak**

Pengujian terhadap hipotesis 6a menunjukkan hasil nilai *p-value* sebesar 0,058 dan *t-statistics* 1,898 dengan nilai *path coefficient* -0,181, sehingga dapat dikatakan H6a ditolak karena tidak melewati nilai *cut off*. Sedangkan pengujian terhadap hipotesis 6b menunjukkan hasil nilai *p-value* sebesar 0,002 dan *t-statistics* 3,120 dengan nilai *path coefficient* 0,221, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan terhadap pengawas kesehatan berdampak positif dan signifikan terhadap penyangkalan penyakit. Hal ini bertentangan dengan hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya sehingga H6b ditolak.

Hasil ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Hakim et al. yang mana pada penelitian ini H6a diterima. Pada hipotesis 6a penelitian ini dapat diperkirakan bahwa kepercayaan pemerintah memiliki hubungan negatif yang tidak signifikan terhadap penyangkalan penyakit. Kemungkinan besar hal ini terjadi karena mulai masuknya pemerintah ke dalam ranah penanganan Covid-19 secara utuh dengan terbentuknya Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (KPCPEN). Tentunya karena pemerintah telah masuk secara menyeluruh ke penanganan Covid-19 mereka harus menyebarkan informasi yang benar mengenai pandemi ini, sehingga akan menurunkan tingkat ketidakpercayaan adanya pandemi.

Hasil uji hipotesis 6b justru memiliki efek yang berkebalikan, hal ini mungkin terjadi dikarenakan perbedaan pendekatan penyampaian dimana lembaga kesehatan tentunya akan lebih menitikberatkan pada risiko, perkembangan covid, dan sebagainya yang menjadi ranah kesehatan utamanya. Dikarenakan banyaknya informasi yang terkesan buruk itu maka cenderung akan timbullah penyangkalan dari masyarakat[11].

**Hipotesis 7 : Kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi – Diterima**

Hasil uji PLS-SEM yang dilakukan terhadap hipotesis 7 ini memberikan hasil nilai *p-value* sebesar 0,000 dan *t-statistics* 5,956 dengan nilai *path* 0,327 yang mana hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi toko modern, sehingga hipotesis 7 dapat diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hakim et al. yang menyatakan bahwa kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi.

**Hipotesis 8 : Harga wajar yang ditawarkan merek berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi – Diterima**

Hasil uji terhadap hipotesis 8 mendapatkan hasil nilai *p-value* sebesar 0,000 dan *t-statistics* 4,618 dengan nilai *path* 0,241 yang mana hal ini menyatakan bahwa harga wajar berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi toko modern. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hakim et al. yang menyatakan bahwa harga wajar berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi toko modern.

### E. Implikasi Manajerial

Salah satu hasil penelitian ini menunjukkan adanya dampak positif dari solidaritas terhadap niat mengunjungi ritel modern. Maka dari itu akan menjadi sebuah kelebihan apabila dapat meningkatkan solidaritas ini. Pengelola toko modern dapat meningkatkan solidaritas dengan menerapkan program loyalitas pelanggan. Program ini dapat ditawarkan dengan memberikan sejumlah keuntungan bagi pengguna program. Keuntungan bisa berupa poin loyalitas yang dapat ditukar untuk barang tertentu, maupun pemberian diskon tertentu. Program loyalitas juga akan membantu dari toko modern menganalisa pembelian yang dilakukan oleh konsumen, sebagai data analisis tambahan bagi perusahaan.

Penyelenggaraan program khusus bagi warga sekitar juga bisa dilakukan guna meningkatkan solidaritas dengan masyarakat. Program khusus dapat dibentuk dengan kerjasama antara pengelola toko modern dengan pejabat setempat. Program dapat berupa bazar ataupun pasar murah yang dikhususkan hanya untuk warga sekitar toko modern saja. Tentunya kedua hal ini akan membuat kedekatan diantara toko modern dan masyarakat sekitar, karena seringnya terjadi kebersamaan antar kedua belah pihak, selain itu ini juga menjadi satu hal yang menguntungkan bagi ritel modern untuk meningkatkan penjualan mereka.

Hasil penelitian kedua menyatakan bahwa kepercayaan merek (*brand trust*) berdampak positif bagi niat mengunjungi toko modern disaat pandemi. Pada masa pandemi seperti saat ini kepercayaan merek akan cukup erat salah satunya dengan keamanan yang ditawarkan terutama terkait dengan pandemi Covid-19. Oleh karena itu salah satu implikasi manajerial yang diberikan bagi pengelola toko modern adalah senantiasa menerapkan protokol kesehatan secara menyeluruh sesuai dengan anjuran dari pemerintah. Tentunya diharapkan pula ada kesinambungan dari pemerintah untuk menciptakan aturan yang ramah bagi dunia bisnis. Selain itu pemerintah dan lembaga terkait juga harus melakukan pengawasan terhadap terlaksananya protokol kesehatan di lingkungan toko modern. Pemerintah harus melakukan sidak baik terhadap protokol kesehatan maupun sidak lainnya terkait keamanan konsumen.

Hal lain yang bisa meningkatkan kepercayaan merek lainnya adalah citra merek. Dalam hal ini pengelola perlu untuk lebih menegaskan bahwa merek mereka berkualitas baik dengan menciptakan pengalaman belanja yang baik dan menyenangkan bagi konsumen. Hal ini dikarenakan sebagian orang beranggapan bahwa apabila citra merek tersebut baik, maka kualitas yang ditawarkan juga baik. Implikasi lainnya terkait dengan kepercayaan merek berhubungan dengan pelayanan dan situasi belanja yang nyaman bagi konsumen. Pengelola toko modern harus mampu memanfaatkan hal ini, dikarenakan apabila konsumen nyaman maka bisa terjadi promosi secara percuma dengan terjadinya penyebaran promosi melalui *word of mouth* dari konsumen yang puas. Selain itu dengan adanya kepuasan berbelanja akan memicu timbulnya *re-purchase intention*.

Hasil hipotesis ketiga yang diterima menunjukkan bahwa harga wajar (*fair price*) dapat berdampak positif bagi niat mengunjungi toko modern pada saat pandemi. Sudah hal wajar tentunya bagi para konsumen untuk menginginkan harga yang cukup adil bahkan lebih murah dari seharusnya. Pengelola bisa memanfaatkan hal ini dengan menggunakan

strategi diskon untuk menarik minat konsumen datang. Selain itu untuk menjaga tingkat harga yang wajar pengelola bisa berkerjasama dengan pihak *supplier*, sehingga mengurangi kemungkinan stok kosong yang menyebabkan kenaikan harga, serta bisa juga untuk memperoleh keuntungan dengan memperoleh harga yang lebih murah.

Implikasi lainnya untuk harga yang wajar yaitu harus terlibatnya pemerintah untuk menjaga kestabilan harga sehingga tidak terjadi perubahan harga yang signifikan. Pemerintah harus melakukan *monitoring* berkala untuk melihat harga barang dipasar dan bertindak cepat ketika muncul masalah. Pemberian stimulus berupa subsidi maupun bantuan lainnya terhadap produk yang memiliki harga tinggi bisa digunakan untuk kembali menstabilkan harga.

Hasil hipotesis keempat berkaitan dengan variabel moderasi, dimana status pekerjaan memoderasi solidaritas dengan setor ritel modern. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa solidaritas lebih tinggi dimiliki oleh mereka yang memiliki pekerjaan informal dan tidak bekerja yang mana sebagian besar merupakan golongan ibu rumah tangga dan pelajar. Salah satu implikasi yang ditawarkan yaitu dengan membuat program sosial kemasyarakatan yang melibatkan masyarakat sekitar. Tentunya hal ini perlu sinergitas antara pengelola toko modern dengan pejabat setempat, namun apabila hal tersebut terlaksana dapat dipastikan akan meningkatkan solidaritas terhadap toko modern tersebut. Hal ini sebenarnya juga beriringan dengan kewajiban perusahaan mengenai *corporate social responsibility* terhadap masyarakat sekitar. Kegiatan yang bisa disarankan untuk implikasi ini dapat berupa pelatihan tertentu, kegiatan keagamaan, maupun dukungan untuk kegiatan lain yang dilakukan oleh masyarakat setempat. Sedangkan untuk status pekerjaan formal yang cenderung melihat kondisi secara finansial maka dapat dilakukan pendekatan yang lebih halus, seperti menyediakan barang-barang yang menjadi kebutuhan umum pekerja, sehingga bisa setidaknya lebih menarik mereka untuk berkunjung ke toko modern.

Analisis deskriptif dilakukan untuk menemukan sesuatu yang dapat digunakan untuk merumuskan program pemasaran. Pada analisis *usage* menunjukkan adanya penurunan kunjungan ke toko modern sebesar 33% dibanding sebelum adanya pandemi. Tentunya ini dapat disebabkan karena kekhawatiran masyarakat terhadap pandemi Covid -19. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pengelola toko modern untuk membuat iklan dengan menekankan faktor keamanan belanja dan promosi produk yang ditawarkan. Diharapkan dengan membuat iklan yang berkaitan dengan faktor keamanan maka masyarakat menjadi lebih merasa aman untuk kembali berbelanja di toko modern.

Pengelola toko modern juga bisa memasang strategi lain terhadap konsumen yang masih khawatir untuk keluar rumah yaitu dengan cara strategi jemput bola, dimana setiap waktu tertentu pihak toko modern berjualan berkeliling ke lingkungan sekitar untuk bertemu langsung dengan konsumen di depan rumah mereka. Tentunya ini bukan hanya berkaitan dengan penjualan namun juga bisa meningkatkan solidaritas dengan masyarakat sekitar. Cara lainnya juga bisa dilakukan dengan memanfaatkan kemudahan akses digital, yaitu dengan cara bekerjasama dengan perusahaan ojek

online dengan memberikan diskon untuk mereka yang berbelanja melalui aplikasi tersebut.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pengolahan data dan analisis sebelumnya, didapat hasil bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 18 – 25 tahun, berdomisili di Surabaya Barat, bekerja sebagai pekerja swasta dan berpenghasilan dibawah 1 juta rupiah. Sehingga dapat ditarik sebuah implikasi bawasannya pengelola toko modern bisa melakukan promosi yang lebih cocok untuk rentang usia tersebut, serta menawarkan produk yang sekiranya lebih diminati oleh kriteria konsumen tersebut.

Hasil analisis PLS-SEM menunjukkan bahwa solidaritas ritel modern, kepercayaan merek, dan harga yang wajar berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi toko modern selama pandemi. Sehingga pengelola dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya terhadap ketiga faktor tersebut untuk meningkatkan niat kunjungan konsumen. Pengelola toko modern dapat melakukan beberapa hal guna meningkatkan ketiga hal tersebut diantaranya seperti penciptaan program loyalitas, penciptaan program khusus warga sekitar, menciptakan pelayanan dan situasi belanja yang nyaman, serta memberikan diskon harga terhadap konsumen.

Hasil temuan variabel moderasi tidak ditemukan pengaruh usia pada penyangkalan penyakit terhadap niat mengunjungi toko modern. Hal ini dapat diartikan kategori umur berapapun tidak berpengaruh pada penyangkalan penyakit terhadap niat mengunjungi toko modern.

Hasil multigrup analysis menunjukkan bahwa status pekerjaan memiliki pengaruh pada solidaritas ritel modern terhadap niat mengunjungi toko modern. Pekerja dengan pekerjaan yang formal menunjukkan bahwa solidaritas ritel modern tidak berpengaruh terhadap niat mengunjungi toko modern, sedangkan sebaliknya untuk pekerjaan informal dan tidak bekerja menunjukkan bahwa solidaritas ritel modern berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi toko modern. Maka dari itu menjadi masukan bagi perusahaan untuk menginisiasi program sosial kemasyarakatan bagi masyarakat sekitar wilayah toko, sehingga dapat meningkatkan solidaritas antara masyarakat dan toko modern.

### B. Keterbatasan

Terdapat keterbatasan dalam penelitian ini. Pertama, meskipun penelitian ini tidak dibatasi oleh demografi tertentu, namun mayoritas responden berasal dari usia 18 hingga 25 tahun dan juga pekerjaan terbanyak memang berasal dari pekerja swasta, namun setelah dilakukan pengecekan status pekerjaan ternyata lebih besar responden

yang tidak bekerja. Hal ini tentunya mengurangi keberagaman dari karakteristik responden, sehingga hasil akan menjadi kurang menggambarkan keseluruhan populasi jika dilihat secara general. Kedua, mayoritas responden berdomisili di wilayah Surabaya Barat, sehingga tidak cukup baik untuk merepresentasikan keseluruhan wilayah Kota Surabaya. Hal ini disebabkan karena keterbatasan akses terhadap wilayah diluar Surabaya Barat. Sehingga penelitian ini sebenarnya lebih relevan bila digunakan di wilayah Surabaya Barat, namun tidak menutup kemungkinan untuk digunakan pada seluruh Wilayah Kota Surabaya karena masing-masing daerah masih memiliki perwakilan antara 5-15 persen.

### C. Saran

Penggunaan quota sampling dapat direkomendasikan untuk digunakan agar persebaran data dapat lebih merata pada seluruh wilayah yang diteliti. Kedua, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model penelitian dikarenakan masih terdapat 65% faktor lainnya yang berada diluar penelitian ini. Ketiga, penelitian ini dapat dilakukan didalam ruang lingkup wilayah yang berbeda, dikarenakan perbedaan wilayah akan menemukan karakteristik responden yang berbeda pula.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bank Indonesia, "Survei Konsumen Februari," 2021. [Online]. Available: <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/SK-Februari-2021.aspx>.
- [2] M. P. Hakim, L. D. A. Zanetta, and D. T. da Cunha, "Should I stay, or should I go? Consumers' perceived risk and intention to visit restaurants during the COVID-19 pandemic in Brazil," *Food Res. Int.*, vol. 141, p. 110152, 2021, doi: 10.1016/j.foodres.2021.110152.
- [3] M. R. Solomon, *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson, 2017.
- [4] Kementerian Perdagangan, *Permendag Nomor 53 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*.
- [5] J. F. Hair, W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson, *Multivariate data analysis : a global perspective*, 7th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, 2010.
- [6] J. F. Hair, G. T. M. Hult, C. Ringle, and M. Sarstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles, California: SAGE Publication, Inc., 2013.
- [7] A. Leguina, "A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)," *Int. J. Res. Method Educ.*, vol. 38, no. 2, pp. 220–221, 2015, doi: 10.1080/1743727X.2015.1005806.
- [8] H. Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 1st ed. Yogyakarta, Indonesia: Bintang Pustaka Madani, 2021.
- [9] M. Simanjuntak, H. R. Nur, B. Sartono, and M. F. Sabri, "A general structural equation model of the emotions and repurchase intention in modern retail," *Manag. Sci. Lett.*, vol. 10, no. 4, pp. 801–814, 2020, doi: 10.5267/J.MSL.2019.10.017.
- [10] KPCPEN, "Peta Sebaran COVID-19," 2020. <https://covid19.go.id/peta-sebaran-covid19>.
- [11] A. Bardón, *The Truth About Denial: Bias and Self-Deception in Science, Politics, and Religion*. New York: Oxford University Press, 2019.