



**DISERTASI**

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KENDALI PERILAKU  
YANG DIPERSEPSI TERHADAP PERILAKU *AFFORDABLE LOSS*  
MELALUI INTENSI PERILAKU PADA TERWARALABA USAHA KECIL  
DI JABODETABEK**

***(THE EFFECT OF ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS, AND PERCEIVED  
BEHAVIORAL CONTROL ON AFFORDABLE LOSS BEHAVIOR THROUGH  
BEHAVIORAL INTENTIONS IN SMALL BUSINESS FRANCHISEES IN  
JABODETABEK)***

**FRANGKY SELAMAT**

**118.211.002**

**PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU MANAJEMEN**

**PROGRAM PASCA SARJANA**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**2024**

# PENGESAHAN DISERTASI



PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS TARUMANAGARA

## PENGESAHAN DISERTASI

Nama : Frangky Selamat  
NIM : 118211002  
Program Studi : Doktor Ilmu Manajemen  
Judul Disertasi : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kendali Perilaku yang Dipersepsi terhadap Perilaku *Affordable Loss* melalui Intensi Perilaku pada Terwaralaba Usaha Kecil di Jabodetabek  
Promotor Utama : Prof. Dr. Haris Maupa, S.E., M.Si.  
Promotor Pendamping : Prof. Dr. Muhammad Idrus Taba, S.E., M.Si.

Disertasi tersebut telah diuji pada sidang Terbuka/Promosi, tanggal 21 Juni 2024 dan dinyatakan lulus, dengan Tim Penguji terdiri dari:

Ketua : Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan, M.T., M.M., IPU., A.E.  
Anggota : 1. Prof. Dr. Haris Maupa, S.E. M.Si.  
2. Prof. Dr. Muhammad Idrus Taba, S.E., M.Si.  
3. Prof. Ir. Carunia Mulya Firdausy, M.ADE., Ph.D.  
4. Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., CIFM.  
5. Dr. Madris, S.E., DPS., M.Si., CWM

Jakarta, 21 Juni 2024

Promotor Utama

Promotor Pendamping

Prof. Dr. Haris Maupa, S.E., M.Si.

Prof. Dr. Muhammad Idrus Taba, S.E., M.Si.

Mengesahkan

Direktur  
Program Pascasarjana,

Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan, M.T.,  
M.M., IPU., A.E.

Ketua Program Studi  
Doktor Ilmu Manajemen,

Prof. Dr. Haris Maupa, S.E., M.Si.

# PERNYATAAN KEASLIAN

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Frangky Selamat  
NIM : 118211002  
Program Studi : Doktor Ilmu Manajemen Program Pascasarjana Universitas  
Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kendali Perilaku  
Judul Disertasi : yang Dipersepsi terhadap Perilaku *Affordable Loss* melalui  
Intensi Perilaku pada Terwaralaba Usaha Kecil di  
Jabodetabek  
Promotor Utama : Prof. Dr. Haris Maupa, S.E., M.Si  
Promotor Pendamping : Prof. Dr. Muhammad Idrus Taba, S.E., M.Si.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Disertasi ini merupakan karya ilmiah saya sendiri dibawah bimbingan Promotor Utama dan Promtor Pendamping dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah Disertasi ini tidak terdapat karya ilmiah lain yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah Disertasi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi dan kecurangan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk peraturan di Universitas Tarumanagara.

Jakarta, 21 Juni 2024

Yang membuat pernyataan



Nama: Frangky Selamat  
NIM: 118211002

## KATA PENGANTAR/UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Disertasi ini. Disertasi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Doktor (Dr.) pada Program Studi Doktor Ilmu Manajemen Program Pascasarjana Universitas Tarumanagara.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya Disertasi ini. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan, M.T., M.M., IPU., A.E., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Tarumanagara.
2. Prof. Dr. Haris Maupa, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Doktor Ilmu Manajemen Universitas Tarumanagara.
3. Prof. Dr. Haris Maupa, S.E., M.Si, selaku Promotor.
4. Prof. Dr. Muhammad Idrus Taba, S.E., M.Si, selaku Ko-Promotor.

Disertasi ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam Disertasi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan disertasi ini.

Jakarta, 30 April 2024



Frangky Selamat

## **ABSTRAK**

### **JUDUL DISERTASI:**

Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kendali Perilaku yang Dipersepsi Terhadap Perilaku *Affordable Loss* Melalui Intensi Perilaku pada Terwaralaba Usaha Kecil di Jabodetabek

**NAMA MAHASISWA** : Frangky Selamat

**NIM** : 118211002

**KATA KUNCI** : *Affordable loss*, Sikap, Norma subjektif, Kendali perilaku yang dipersepsi, Persepsi ketidakpastian, Pembelajaran dari pengalaman krisis

### **ISI ABSTRAK** :

Penelitian ini menginvestigasi pengaruh sikap, norma subjektif dan kendali perilaku yang dipersepsi terhadap perilaku *affordable loss* melalui intensi dan efek moderasi dari persepsi ketidakpastian dan pembelajaran dari pengalaman krisis dalam hubungan antara intensi dengan perilaku *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek). Kemampuan intensi untuk memprediksi perilaku, bergantung pada kestabilan kondisi dalam rentang waktu antara intensi dengan perilaku yang terjadi. Faktor yang dapat memengaruhi adalah persepsi ketidakpastian dan pembelajaran dari pengalaman krisis. Sejumlah peneliti menyarankan tindakan efektif yang salah satunya adalah perilaku *affordable loss* sebagai langkah yang dapat dijalankan oleh wirausaha ketika menghadapi situasi lingkungan bisnis yang tidak stabil. Penelitian mengenai perilaku *affordable loss* dari

terwaralaba usaha kecil belum banyak dilakukan. Populasi dari penelitian ini adalah terwaralaba yang merupakan pemilik usaha kecil di Jabodetabek. Ukuran sampel ditentukan sebesar 200 responden yang dipilih secara purposif dan data dianalisis dengan menggunakan Partial Least Square (PLS). Hasil analisis menunjukkan bahwa sikap dan kendali perilaku yang dipersepsi memengaruhi perilaku *affordable loss* melalui intensi, sementara norma subjektif tidak demikian. Kendali perilaku yang dipersepsi tidak memengaruhi perilaku *affordable loss* secara langsung. Efek moderasi dari persepsi ketidakpastian dan pembelajaran dari pengalaman krisis dalam hubungan antara intensi dengan perilaku *affordable loss* bersifat positif namun lemah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dalam hal aplikasi *Theory of Planned Behavior* yang dikaitkan dengan perilaku *affordable loss* terwaralaba usaha kecil. Selain itu juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi regulator mengenai strategi dan program bagi terwaralaba usaha kecil yang berbasis pada perilaku wirausaha.

## **ABSTRACT**

### **DISSERTATION TITLE:**

The Effect of Attitudes, Subjective Norms, and Perceived Behavioral Control on Affordable Loss Behavior Through Behavioral Intentions in Small Business Franchisees in Jakarta Greater Area

**NAME** : Frangky Selamat

**NIM** : 118211002

**KEYWORDS** : Affordable loss, Attitude, Subjective norms, Perceived behavioral control, Perception of uncertainty, Learning from crisis experience

### **ABSTRACT** :

*This study explores how attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control affect the affordable loss behavior of small business franchisees in Jakarta Greater Area, Indonesia. The research examines the relationship between intention and affordable loss behavior and how perceived uncertainty and learning from crisis experiences impact this relationship. The stability of conditions in the period between intention and behavior determines the ability of intention to predict the behavior. Factors such as perceived uncertainty and learning from crisis experiences can influence the perceptions. While affordable loss behavior is suggested as a step that entrepreneurs can take when facing an unstable business environment, not much research has been done on small business franchisees' affordable loss behavior. The sample size for this research comprised 200 respondents who were selected purposively, and the data was analyzed using Partial Least Square (PLS). The findings*

*indicate that attitudes and perceived behavioral control significantly influence affordable loss behavior through intention, while subjective norms do not. Perceived behavioral control does not directly impact affordable loss behavior. Finally, the moderating effect of perceived uncertainty and learning from crisis experiences on the relationship between intention and affordable loss behavior is positive but weak. The results of this research can add references in terms of the application of the Theory of Planned Behavior which is related to the affordable loss behavior of small business franchisees. Apart from that, it is also hoped that it can provide input to regulators regarding strategies and programs for small business franchisees based on entrepreneurial behavior.*



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	-
HALAMAN PENGESAHAN DISERTASI .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
DAFTAR SINGKATAN/SIMBOL .....	xv
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah .....	8
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan dan Manfaat	
1.5 Tujuan .....	9
1.6 Manfaat	
1.6.1 Manfaat Teoretis .....	10
1.6.2 Manfaat Praktis .....	10
1.6 Urgensi Penelitian .....	11
<b>BAB II   TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN,           DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka	
2.1.1 Tinjauan Teori dan Konsep .....	12
2.1.2 Tinjauan Empiris .....	19
2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	
2.2.1 Kerangka Pemikiran .....	32

	Halaman
2.2.2 Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	39
3.2 Situs dan Waktu Penelitian .....	39
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel ...	40
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	41
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	41
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	42
3.7 Instrumen Penelitian .....	52
3.8 Teknik Analisis Data .....	52
3.9 Diagram Alir Penelitian .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	56
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	59
4.2.1 Deskripsi Variabel Sikap .....	59
4.2.2 Deskripsi Variabel Norma Subjektif .....	60
4.2.3 Deskripsi Variabel Kendali Perilaku yang Dipersepsi .....	61
4.2.4 Deskripsi Variabel Intensi Perilaku .....	63
4.2.5 Deskripsi Variabel Persepsi Ketidakpastian ....	65
4.2.6 Deskripsi Variabel Pembelajaran dari Pengalaman Krisis .....	66
4.2.7 Deskripsi Variable <i>Affordable Loss</i> .....	68
4.3 Perbandingan Nilai Rata-Rata Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku yang Dipersepsi, Intensi Perilaku dan <i>Affordable Loss</i> Berdasarkan Lokasi Usaha .....	69
4.4 Hasil Wawancara .....	74
4.5 Hasil Analisis PLS-SEM .....	75
4.5.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) ....	75
4.5.2 Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	81
4.6 Pembahasan	
4.6.1 Pengaruh Sikap terhadap Perilaku <i>Affordable Loss</i> melalui Intensi Perilaku .....	87
4.6.2 Pengaruh Norma Subjektif terhadap Perilaku <i>Affordable Loss</i> melalui Intensi Perilaku .....	88

	Halaman
4.6.3 Pengaruh Kendali Perilaku yang Dipersepsi terhadap Perilaku <i>Affordable Loss</i> melalui Intensi Perilaku .....	90
4.6.4 Pengaruh Kendali Perilaku yang Dipersepsi terhadap Perilaku <i>Affordable Loss</i> .....	91
4.6.5 Pengaruh Persepsi Ketidakpastian dalam Hubungan Antara Intensi Perilaku dengan Perilaku <i>Affordable Loss</i> .....	92
4.6.6 Pengaruh Pembelajaran dari Pengalaman Krisis dalam Hubungan Antara Intensi Perilaku dengan Perilaku <i>Affordable Loss</i> .....	93
4.6.7 Perbandingan Nilai Rata-Rata Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku yang Dipersepsi, Intensi Perilaku, dan <i>Affordable Loss</i> Berdasarkan Lokasi Usaha .....	94
4.7 Novelti Penelitian .....	95
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	96
5.2 Implikasi	
5.2.1 Implikasi Teoretis .....	97
5.2.2 Implikasi Empiris .....	98
5.3 Keterbatasan .....	99
5.4 Saran .....	99
5.5 Luaran Penelitian .....	101
DAFTAR PUSTAKA .....	102
LAMPIRAN .....	113

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Bidang Usaha Waralaba .....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1	Sebaran Responden Terwaralaba .....	41
Tabel 3.2	Variabel, Definisi Variabel dan Indikator .....	47
Tabel 4.1	Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.2	Usia .....	56
Tabel 4.3	Pendidikan .....	57
Tabel 4.4	Lama Usaha .....	57
Tabel 4.5	Bidang Usaha .....	58
Tabel 4.6	Lokasi Usaha .....	58
Tabel 4.7	Kondisi Usaha Ketika Pandemi .....	59
Tabel 4.8	Deskripsi Skor Rata-Rata Variabel Sikap .....	60
Tabel 4.9	Deskripsi Skor Rata-Rata Variabel Norma Subjektif	61
Tabel 4.10	Deskripsi Skor Rata-Rata Variabel Kendali Perilaku yang Dipersepsi .....	62
Tabel 4.11	Deskripsi Skor Rata-Rata Variabel Intensi Perilaku	64
Tabel 4.12	Deskripsi Skor Rata-Rata Variabel Persepsi Ketidakpastian .....	65
Tabel 4.13	Deskripsi Skor Rata-Rata Variabel Pembelajaran dari Pengalaman Krisis .....	66
Tabel 4.14	Deskripsi Skor Rata-Rata Variabel <i>Affordable Loss</i> ..	68
Tabel 4.15	Perbandingan Nilai Rata-Rata Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku yang Dipersepsi, Intensi Perilaku dan <i>Affordable Loss</i> Berdasarkan Lokasi Usaha .....	69
Tabel 4.16	Perbandingan Nilai Rata-Rata Indikator ke-4 Kendali Perilaku yang Dipersepsi Berdasarkan Lokasi .....	71
Tabel 4.17	Nilai Rata-Rata Tiap Indikator dari Variabel Kendali Perilaku yang Dipersepsi .....	72
Tabel 4.18	Perbandingan Nilai Rata-Rata Indikator ke-2 Intensi Perilaku Berdasarkan Lokasi .....	73
Tabel 4.19	Nilai Rata-Rata Tiap Indikator dari Variabel Intensi Perilaku .....	74
Tabel 4.20	Rangkuman Jawaban Hasil Wawancara .....	74
Tabel 4.21	<i>Outer Loadings</i> .....	77
Tabel 4.22	<i>Average Variance Extract</i> (AVE) .....	78
Tabel 4.23	<i>Cross Loadings</i> .....	79

	Halaman
Tabel 4.24 <i>Cronbach's Alpha &amp; Composite Reliability</i> .....	80
Tabel 4.25 <i>Direct Effect</i> .....	82
Tabel 4.26 <i>Indirect Effect</i> .....	84
Tabel 4.27 <i>Moderating Effect</i> .....	85
Tabel 4.28 Koefisien Determinasi .....	86

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	17
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian .....	36
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian .....	55
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i> .....	76
Gambar 4.2 <i>Inner Model</i> dengan <i>Bootstrapping</i> .....	81

## DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1	Kuesioner .....	113
Lampiran 2	Data Mentah Variabel .....	120
Lampiran 3	Data Mentah Karakteristik Responden .....	129
Lampiran 4	<i>Output</i> Smart-PLS .....	157
Lampiran 5	<i>Output</i> SPSS .....	167

## DAFTAR SINGKATAN

s .....	Sikap
ns .....	Norma Subjektif
kpd .....	Kendali Perilaku yang Dipersepsi
kp .....	Ketidakpastian
pb .....	Pembelajaran dari pengalaman krisis
al .....	<i>Affordable Loss</i>



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. 1. Latar Belakang**

Pada bulan Desember 2019, virus corona baru atau SARS-CoV-2 yang kini disebut Covid-19 dideteksi pertama kali merebak di kota Wuhan, Provinsi Hubei, China. Walau episentrum kasus berasal dari China namun penyebaran virus terjadi ke seluruh dunia. Pada 30 Januari 2020 World Health Organization (WHO) menyatakan kondisi “Public Health Emergency of International Concern” untuk mengkoordinasikan respons internasional (McKibbin dan Fernando, 2020, Kuckertz *et.al*, 2020).

Dampak pandemi karena merebaknya virus Covid-19 bagi perekonomian Indonesia begitu nyata. Perekonomian Indonesia mengalami kontraksi pada tahun 2020, tetapi pada tingkat moderat dibandingkan dengan penurunan pada tahun 1998 dan ekonomi Asia Tenggara lainnya selama pandemi. PDB turun sebesar 2,1% pada tahun 2020, tetapi berdasarkan pertumbuhan kuartalan dari PDB yang disesuaikan secara musiman, aktivitas mulai meningkat lagi pada kuartal ketiga tahun itu (Asian Development Bank, 2022).

Bagi wirausaha khususnya bagi pemilik usaha kecil dan menengah (UKM) situasi tersebut mengakibatkan ketidakpastian (*uncertainty*) dan sulit untuk diprediksi. Pandemi memberikan dampak yang begitu kuat dan negatif. Di Indonesia, omset penjualan UKM merosot hingga 83% (Soetijpto, 2020 dalam Purnomo *et al.*, 2020). Pandemi secara signifikan mengubah kehidupan dan mata pencaharian masyarakat pada tingkat nasional, regional, dan global. Penguncian dan tindakan karantina terkait seperti larangan bepergian, penutupan bisnis sementara, dan jarak sosial, sangat memengaruhi UKM. Mereka telah mengurangi produksi dan pengiriman layanan. Sebuah studi ADB pada 2020 termasuk Indonesia, menemukan bahwa penjualan dan pendapatan UKM turun secara tajam segera setelah pandemi diumumkan pada Maret 2020. Banyak usaha yang memberhentikan karyawan untuk bertahan hidup dan

menghadapi kekurangan modal kerja pada tahap awal pemulihan. Bagi banyak usaha, menjadi sulit untuk melanjutkan operasi (Shinozaki, 2022).

Sarasvathy (2001) mengemukakan bahwa dalam lingkungan yang penuh ketidakpastian, turbulen, dan berubah terus-menerus, wirausaha lebih sesuai bertindak secara *effectuation*. *Effectuation* menyediakan penjelasan mengapa wirausaha mengambil risiko hanya sejauh mana mereka siap untuk mengambil kerugian (*affordable loss*) dan mempertahankan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan yang dibawa oleh lingkungan. Mereka mengejar peluang bisnis baru yang muncul dari perubahan yang terjadi dan belajar sambil melakukan (*learning by doing*).

Logika *effectuation* juga dilaporkan berkembang di dalam lingkungan operasi yang tidak stabil yang sulit untuk diprediksi, karena memungkinkan untuk bereaksi cepat terhadap perubahan lingkungan yang terjadi (Sarasvathy dan Dew, 2005). Pembelajaran berkelanjutan juga merupakan bagian penting dari logika *effectuation*, karena perubahan dalam lingkungan operasi juga mengharuskan perusahaan untuk mengubah dan mempelajari metode operasi baru untuk menanggapi situasi yang berubah (Sarasvathy, 2001).

Di bawah kondisi ketidakpastian, sulit untuk menarik kesimpulan statistik. Selain itu tidak ada cara yang layak untuk menghitung pengembalian yang diharapkan untuk tindakan tertentu. Daripada menganalisis alternatif dan memilih satu dengan pengembalian yang diharapkan tertinggi, wirausaha memilih alternatif perilaku berdasarkan *affordable loss* (kerugian yang dapat dijangkau) (Chandler, DeTienne, McKelvie, Mumford, 2011). Wirausaha juga mempertahankan fleksibilitas, menggunakan eksperimen, dan berusaha melakukan kontrol atas masa depan dengan membuat aliansi dan *pre-commitment* dengan pemasok potensial, pesaing, dan pelanggan (Chandler, DeTienne, McKelvie, Mumford, 2011).

*Affordable loss* telah diperkenalkan sebagai respons terhadap kelemahan model investasi berdasarkan pengembalian yang diharapkan untuk menjelaskan investasi kewirausahaan dalam kondisi ketidakpastian (Sarasvathy, 2001). Martina (2019) menyebutkan bahwa *affordable loss* adalah interaksi antara kemampuan dan kemauan,

di mana kengganannya untuk kehilangan (*loss aversion*) bertindak sebagai mekanisme yang memicu transisi dari kemampuan ke kemauan. Investasi sesuai kemampuan merupakan pilihan yang disukai para wirausaha karena informasi mengenai sisi negatif dari investasi mudah diakses. Selain itu, informasi ini bersifat endogen dan berada di dalam kendali wirausaha (Dew *et al.*, 2009). Sebaliknya informasi mengenai keuntungan investasi wirausaha bersifat eksogen, tidak pasti, tidak dapat diandalkan, dan di luar kendali wirausaha. Oleh karena itu, *affordable loss* sejalan dengan logika bahwa wirausaha yang efektif berusaha untuk memengaruhi atau menciptakan masa depan daripada memprediksinya (Sarasvathy dan Dew, 2003).

*Affordable loss* memainkan peran penting dalam menghadapi situasi yang tidak pasti (Dew, 2009; Martina, 2020), hal ini mencakup logika kreatif (Schlesinger dan Kiefer, 2012), mengendalikan kerugian di masa depan dalam skala kecil, memungkinkan para pelaku untuk terus bereksperimen untuk mendapatkan keuntungan, dan mengumpulkan informasi berguna dalam waktu terbatas untuk menyesuaikan tindakan di masa depan dengan cepat.

Penelitian yang berfokus pada perilaku *affordable loss* menanggapi krisis yang dipicu oleh pandemi dilakukan oleh Haneberg (2020) di Norwegia. Survei yang dilakukan pada wirausaha dan manajer usaha restoran dan bar memperlihatkan dampak negatif krisis dan pengalaman dari gelombang pertama Covid-19 terhadap eksistensi UKM dan bagaimana para manajer UKM menanggapi dalam perilaku yang *entrepreneurial*. Hasilnya menunjukkan bahwa dampak negatif pandemi mengarah pada ketidakpastian dan pembelajaran dari pengalaman krisis. Ketidakpastian mengarah pada kerugian yang dapat ditanggung (*affordable loss*) dan pembelajaran dari pengalaman krisis mengarah pada perilaku eksperimen (*experimentation behavior*).

Penelitian He dan Li (2023) di China mengaitkan intensi implementasi (*implementation intention*) dengan *affordable loss*, dan tindakan kewirausahaan berikutnya (*subsequent action*) pada individu berusia di atas 18 tahun yang berniat membangun bisnis. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa intensi implementasi

kewirausahaan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan tindakan kewirausahaan selanjutnya, sementara *affordable loss* memediasi pengaruh intensi implementasi pada tindakan kewirausahaan berikutnya.

Sementara ketidakpastian lingkungan memoderasi secara negatif hubungan antara *affordable loss* dan tindakan kewirausahaan selanjutnya, dan terdapat pengaruh tidak langsung intensi implementasi kewirausahaan terhadap tindakan kewirausahaan selanjutnya. Selanjutnya, tindakan kewirausahaan dapat ditingkatkan pada tingkat ketidakpastian lingkungan yang rendah.

Studi tersebut memberikan kontribusi wawasan baru pada literatur tentang fase tindakan model Rubicon di bidang kewirausahaan dengan menggunakan *affordable loss* dan ketidakpastian. Hal ini juga berkontribusi terhadap literatur mengenai *affordable loss* dengan mengkaji bagaimana ketidakpastian lingkungan mengkondisikan dampak *affordable loss* terhadap tindakan kewirausahaan. Selain itu, peran ketidakpastian lingkungan yang bersifat moderasi negatif menawarkan kemungkinan baru untuk menjelaskan ketidakpastian lingkungan.

Penelitian Roach, Ryman dan Makani (2015) pada UKM di Amerika Serikat yang bergerak di sektor manufaktur yaitu komputer dan elektronik, dengan jumlah karyawan dari lima hingga 250 karyawan, mengaitkan *affordable loss* dengan orientasi inovasi dan kinerja. Hasil analisis memperlihatkan bahwa *affordable loss* tidak memediasi pengaruh orientasi inovasi terhadap inovasi produk atau jasa namun memberikan efek langsung terhadap kinerja.

Salah satu pelaku UKM adalah mereka yang menjalankan bisnis waralaba dengan bertindak sebagai terwaralaba (*franchisee*) dalam skala usaha kecil (UK). Penelitian terdahulu mengenai perilaku *affordable loss* banyak ditujukan pada UKM dan masih terbatas pada terwaralaba (*franchisee*) yang dijalankan oleh usaha kecil.

Perkembangan industri waralaba di Indonesia memperlihatkan usaha ini tetap tumbuh meskipun dalam kondisi ekonomi yang tidak menguntungkan. Pada tahun 2021, dari 120 waralaba asing dan 107 waralaba lokal dengan 93.372 gerai yang mempekerjakan 628.622 orang, industri ini mampu tumbuh 3%

(national.kontan.co.id). Sementara menurut Perhimpunan Waralaba & Lisensi Indonesia (Wali), pada awal pandemi tercatat 983 (17 persen) dari 5.621 gerai yang dimiliki oleh 30 *brand* waralaba, lisensi, dan kemitraan harus menutup usaha mereka secara sementara atau permanen. Selanjutnya di tahun 2021, diketahui terdapat sebanyak 25 persen pebisnis telah pulih kembali 100 persen, dan sisanya 75 persen mampu beradaptasi secara bisnis (entrepreneur.bisnis.com).

Mayoritas waralaba di Indonesia bergerak di industri makanan dan minuman dengan proporsi 59,37%, industri ritel 15,31%, jasa pendidikan nonformal 13,4%, jasa kecantikan dan kesehatan 6,22%, jasa binatu 3,35%, dan jasa perantara perdagangan properti 3,35% (national.kontan.co.id). seperti disajikan pada tabel 1.1 berikut ini.

Tabel 1.1 Bidang Usaha Waralaba

No	Bidang Usaha	Persentase (%)
1.	Makanan dan minuman	59,37
2.	Ritel	15,31
3.	Jasa pendidikan nonformal	13,4
4.	Jasa kecantikan dan Kesehatan	6,22
5.	Jasa binatu	3,35
6.	Jasa perantara perdagangan properti	3,35

Sumber: national.kontan.co.id

Penelitian mengenai waralaba khususnya pada terwaralaba rintisan (*start-up*) di Brasil (Goncalves & Fischer, 2020) memperlihatkan bahwa kinerja waralaba tidak terganggu selama bisnis ini menerapkan strategi yang lincah (*agile*) dan fleksibel. Pada beberapa kasus penerapan strategi oleh pewaralaba (*franchisor*) membuat bisnis kompetitif.

Dalam bisnis waralaba terdapat dua pihak utama yang terlibat yaitu pewaralaba (*franchisor*/pemilik waralaba) dan terwaralaba (*franchisee*/yang menjalankan gerai

waralaba). Menurut Bashir dan Saqib (2023), terwaralaba memperlihatkan karakteristik dan perilaku wirausaha yang dibuktikan pada saat proses seleksi waralaba dan kepribadian wirausaha yang diperlihatkan di gerai mereka. Hal ini juga sejalan dengan Dada, Watson dan Kirby (2015) yang menemukan dalam studinya bahwa terwaralaba memiliki tingkat yang serupa dalam hal kecenderungan kewirausahaan (*entrepreneurial tendency*) seperti halnya pewaralaba.

Terwaralaba merupakan pemilik bisnis semi independen yang membayar biaya (*franchise fee*) dan *royalty* kepada pewaralaba (*franchisor*) serta memperoleh hak untuk menjadi identik dengan merek dagang tertentu untuk menjual produk atau jasa, dan sering menggunakan format dan sistem bisnis (Scarborough & Cornwall, 2015), dan memperlihatkan perilaku *affordable loss*. Ini juga diperkuat dengan posisi terwaralaba yang tidak memiliki kebebasan untuk mengubah cara berbisnis tetapi memiliki akses formula sukses dari pewaralaba (Scarborough & Cornwall, 2015), sehingga tidak memperlihatkan perilaku *experiment, flexibility dan pre-commitment*. Perilaku ini cenderung diperlihatkan oleh pewaralaba. Terwaralaba harus mengoperasikan bisnis sesuai dengan sistem yang dikembangkan pewaralaba.

Penelitian terdahulu mengenai perilaku *affordable loss* dari wirausaha belum mengungkap secara lengkap faktor-faktor yang melatarbelakangi. Penjelasan atas perilaku individu (*behavior*) dapat menggunakan teori yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) seperti perilaku *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil. Menurut Ajzen perilaku dapat diprediksi oleh intensi untuk melakukan perilaku tertentu. Intensi diasumsikan untuk menangkap faktor motivasi yang memengaruhi perilaku. Intensi adalah indikasi seberapa keras orang mau mencoba, seberapa banyak upaya yang direncanakan untuk dilakukan, untuk melakukan perilaku. Sebagai aturan umum ditemukan bahwa ketika perilaku tidak menimbulkan masalah kontrol yang serius, maka dapat diprediksi dari intensi dengan akurasi yang cukup besar.

*Theory of Planned Behavior* mendalilkan tiga determinan intensi yang independen secara konseptual. Yang pertama adalah *attitude toward behavior* (sikap) yang mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki evaluasi atau penilaian yang menguntungkan atau

tidak menguntungkan dari perilaku yang bersangkutan. Prediktor kedua adalah faktor sosial yang disebut *subjective norm* (norma subjektif) yang mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Anteseden ketiga dari intensi adalah tingkat *perceived behavioral control* (kendali perilaku yang dipersepsi), yang mengacu pada kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku dan diasumsikan mencerminkan pengalaman masa lalu serta tantangan dan hambatan yang diantisipasi. Aplikasi empiris dari model ini telah memperlakukan kendali perilaku yang dipersepsi sebagai determinan langsung dari intensi dengan status yang sama seperti sikap dan norma subjektif (La Barbera & Ajzen, 2021). Kendali perilaku yang dipersepsi juga memengaruhi perilaku secara langsung (Ajzen, 1991).

Menurut Asosiasi Pengusaha Waralaba Indonesia (Apwindo) saat ini terdapat 10.000 merek waralaba skala usaha kecil dan menengah yang tersebar di sejumlah kota besar di Indonesia seperti Jakarta (ekonomi.bisnis.com). Pada penelitian ini juga diduga bahwa dampak negatif karena pandemi yaitu persepsi ketidakpastian dan pembelajaran dari pengalaman krisis (Haneberg, 2020) memberikan pengaruh dalam hubungan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* terwaralaba. Selain itu di dalam penelitian ini juga dilakukan perbandingan sikap, norma subjektif, kendali perilaku yang dipersepsi, intensi dan perilaku *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.

Dengan memahami faktor yang mendorong terjadinya perilaku *affordable loss* tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi regulator untuk mengambil kebijakan yang tepat ketika wirausaha menghadapi kesulitan akibat situasi yang tidak menentu. Selain itu penerapan teori *effectuation* mengenai perilaku wirausaha juga masih terbatas sehingga belum dapat memberikan gambaran utuh mengenai perilaku yang terjadi dan cakupannya hanya pada pelaku UKM tertentu.

Penelitian ini juga dilakukan pada masa pemulihan ekonomi, yaitu setelah Indonesia melewati gelombang III penyebaran virus Covid-19 dan pandemi yang belum dinyatakan berakhir. Penelitian terdahulu banyak dilakukan pada masa awal pandemi, gelombang I dan II, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru perilaku wirausaha menghadapi krisis, khususnya tentang bagaimana

perilaku wirausaha (*entrepreneurial behavior*) pada masa pemulihan ekonomi dan menghadapi tantangan krisis berikutnya.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Usaha kecil milik terwaralaba sebagai bagian dari wirausaha menghadapi situasi lingkungan yang tidak pasti.
- b. Wirausaha melakukan pembelajaran dari pengalaman di masa krisis.
- c. Ketika menghadapi situasi ketidakpastian wirausaha berperilaku secara *affordable loss*, eksperimen, fleksibel dan *pre-commitment*.
- d. Intensi adalah prediktor terbaik untuk memprediksi perilaku.
- e. Intensi dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kendali perilaku yang dipersepsi.

## 1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel yang diteliti meliputi variabel independen (sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kendali perilaku yang dipersepsi), variabel dependen (perilaku *affordable loss*), variabel mediasi (intensi perilaku), dan variabel moderasi (persepsi ketidakpastian dan pembelajaran dari pengalaman krisis).
- b. Subjek penelitian adalah terwaralaba (*franchisee*) yang merupakan usaha kecil yang berada di Jabodetabek.

## 1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah sikap memengaruhi perilaku *affordable loss* yang dimediasi oleh intensi perilaku pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek?



- b. Apakah norma subjektif memengaruhi perilaku *affordable loss* yang dimediasi oleh intensi perilaku pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek?
- c. Apakah kendali perilaku yang dipersepsi memengaruhi perilaku *affordable loss* yang dimediasi oleh intensi perilaku pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek?
- d. Apakah kendali perilaku yang dipersepsi memengaruhi perilaku *affordable loss* pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek?
- e. Apakah persepsi ketidakpastian memengaruhi hubungan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek?
- f. Apakah pembelajaran dari pengalaman krisis memengaruhi hubungan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek?
- g. Apakah terdapat perbedaan sikap, norma subjektif, kendali perilaku yang dipersepsi, intensi perilaku dan perilaku *affordable loss* dari para terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek?

### **1.5. Tujuan**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis pengaruh sikap terhadap perilaku *affordable loss* yang dimediasi oleh intensi perilaku pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.
- b. Menganalisis pengaruh norma subjektif terhadap perilaku *affordable loss* yang dimediasi oleh intensi perilaku pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.
- c. Menganalisis pengaruh kendali perilaku yang dipersepsi terhadap perilaku *affordable loss* yang dimediasi oleh intensi perilaku pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.
- d. Menganalisis pengaruh kendali perilaku yang dipersepsi terhadap perilaku *affordable loss* pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.

- e. Menganalisis pengaruh persepsi ketidakpastian dalam hubungan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.
- f. Menganalisis pengaruh pembelajaran dari pengalaman krisis dalam hubungan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.
- g. Menganalisis perbedaan sikap, norma subjektif, kendali perilaku yang dipersepsi, intensi dan perilaku *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.

## **1.6. Manfaat**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis yaitu sebagai berikut:

### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi mengenai penerapan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) mengenai bagaimana wirausaha berperilaku merespons krisis akibat pandemi. Penggunaan *Effectuation Theory* (Sarasvathy, 2001) yang diintegrasikan dengan *Theory of Planned Behavior* juga memberikan perspektif baru mengenai perilaku wirausaha. Dengan demikian, dapat dikembangkan *Theory of Planned Behavior* yang terintegrasi dengan perilaku *affordable loss* pada wirausaha.

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penyusunan strategi resiliens usaha kecil ketika menghadapi krisis yang mungkin bisa terjadi lagi di masa mendatang, dengan berbasis pada perilaku wirausaha. Sementara bagi regulator, kebijakan yang akan diambil dapat didasarkan atas perilaku wirausaha sehingga lebih tepat guna dan sasaran. Bentuk kebijakan yang dapat diambil terkait

dengan pembentukan pola pikir yang memengaruhi perilaku seperti pengambilan risiko dalam kondisi ketidakpastian.

### **1.7. Urgensi Penelitian**

Adapun urgensi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian terdahulu mengenai perilaku *affordable loss* dari wirausaha belum mengungkap secara lengkap faktor-faktor yang melatarbelakangi. Penjelasan atas perilaku individu (*behavior*) seperti perilaku *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil dapat menggunakan teori yang dikemukakan oleh Ajzen (1991).
2. Dengan memahami faktor yang mendorong terjadinya perilaku *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi regulator untuk mengambil kebijakan yang tepat ketika pemilik usaha kecil menghadapi kesulitan akibat situasi yang tidak menentu.
3. Dapat memberikan perspektif baru mengenai perilaku pemilik usaha kecil ketika menghadapi krisis, khususnya tentang bagaimana perilaku wirausaha (*entrepreneurial behavior*) pada masa pemulihan ekonomi dan menghadapi tantangan krisis berikutnya.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

#### 2.1. Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1. Tinjauan Teori dan Konsep.

###### A. *Effectuation Theory*

*Effectuation Theory* digunakan untuk memahami proses pengambilan keputusan dalam lingkungan operasi yang tidak pasti atau dalam situasi di mana pasar belum ada. Efektuasi memberikan penjelasan mengapa individu akhirnya membangun kegiatan bisnis baru bahkan ketika itu bukan tujuan awal ketika operasional usaha dimulai. Risiko diambil hanya sejauh mereka siap untuk mengambil kerugian dan mempertahankan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan yang dibawa oleh lingkungan. Mereka mengejar peluang bisnis baru yang muncul dari perubahan terkait dan belajar sambil melakukan (Sarasvathy, 2001).

Logika efektuasi dilaporkan berkembang dalam lingkungan operasi yang tidak stabil yang sulit diprediksi, karena memungkinkan reaksi cepat terhadap perubahan lingkungan (Sarasvathy dan Dew, 2005). Pembelajaran berkelanjutan juga merupakan bagian penting dari logika efektuasi, karena perubahan dalam lingkungan operasi juga mengharuskan perusahaan untuk mengubah dan mempelajari metode operasi baru untuk menanggapi situasi yang berubah (Sarasvathy, 2001). Pandangan sebab akibat (*causation*), yang mungkin lebih dikenal sebagai sekolah perencanaan rasional, adalah salah satu yang tertua di bidang manajemen strategis, dan mencerminkan teori yang dikutip secara luas seperti yang dikemukakan oleh Ansoff (1965) dan Porter (1980) yang menekankan pentingnya analisis sistematis dan perencanaan integratif.

Perry *et.al.* (2012) menolak kritik terhadap perkembangan lambat *effectuation theory* dengan analisis komparatif dari tiga bidang lain dari teori manajemen: teori eselon atas, pandangan berbasis sumber daya perusahaan, dan model ekuilibrium dari perubahan organisasi. Temuannya menunjukkan bahwa pengembangan teori untuk efektuasi mengikuti pola yang diharapkan dan tidak lebih lambat dari teori-teori

lainnya. Pergeseran paradigma dirasakan lebih lambat di bidang-bidang di mana ada konsensus yang lebih sedikit mengenai paradigma, teori, dan model yang diterima (Pfeffer, 1993). Ide-ide baru akan relatif lambat muncul di bidang-bidang ini, karena teori, konsep, dan konstruksi harus cukup dipahami sebelum dapat diukur dan diuji (Perry *et al.*, 2012, hlm. 840).

Chandler *et al.* (2011) memperkenalkan dan menguji skala pengukuran pertama dari *effectuation* dan *causation*. Mereka mengusulkan bahwa *effectuation* adalah konstruksi dengan tiga sub-dimensi terkait (*experiment*, *affordable loss*, dan *flexibility*) dan satu dimensi bersama dengan konstruksi *causation* (*pre-commitment*).

## **B. Affordable Loss**

Menurut Dew *et al.* (2009) *affordable loss* adalah “*what entrepreneurs can afford and what they are willing to lose in entrepreneurial investments.*” Sementara menurut Martina (2019) *affordable loss* adalah “*an interaction between abilities and willingness where loss aversion acts as the mechanism that triggers the transition from abilities to willingness.*”

*Affordable loss* adalah salah satu dari lima prinsip efektivasi dan didefinisikan sebagai apa yang mampu oleh pengusaha dan apa yang bersedia mereka hilangkan dalam investasi kewirausahaan (Dew *et al.*, 2009). Wirausaha yang berinvestasi menggunakan *affordable loss* memperhatikan kerugian dari investasi kewirausahaan daripada memprediksi keuntungan finansial di masa depan (Dew *et al.*, 2009). Investasi dalam batas kemampuan seseorang adalah pilihan yang lebih disukai di kalangan wirausaha karena informasi tentang kerugian investasi mudah diakses. Selain itu, informasi ini bersifat endogen dan berada dalam kendali wirausaha (Dew *et al.*, 2009). Sebaliknya, informasi tentang keuntungan dari investasi kewirausahaan bersifat eksogen, tidak pasti, tidak dapat diandalkan, dan di luar kendali wirausaha. Oleh karena itu, *affordable loss* sejalan dengan logika bahwa wirausaha yang efektif berusaha untuk memengaruhi atau menciptakan masa depan daripada memprediksinya (Sarasvathy dan Dew, 2003).

Konsisten dengan tradisi intelektual efektivasi, *affordable loss* adalah bagian dari kognisi dan perilaku wirausaha yang ahli (Dew *et al.*, 2015; Dew *et al.*, 2009). Dengan akumulasi pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki (Ericsson *et al.*, 1993), para ahli berpikir secara berbeda dari pemula (Baron & Henry, 2010). Para ahli telah meningkatkan metakognisi (Mitchell *et al.*, 2005) yang memungkinkan mereka mengatur sendiri kognisi mereka (Haynie *et al.*, 2010) dan menentukan tugas yang diperlukan dalam situasi yang kompleks dan tidak pasti (Baron & Henry, 2010). Para pemula tidak memiliki konsistensi logis yang dibawa para ahli ke dalam tindakan mereka.

Meskipun *affordable loss* adalah salah satu dari lima prinsip efek, konstruk ini telah dikonseptualisasikan dalam dua cara yang berlawanan. Di satu sisi, *affordable loss* dikonseptualisasikan sebagai konstruk reflektif dari efek (Perry *et al.*, 2012) dan karenanya bergantung pada prinsip-prinsip lain. Menggunakan konseptualisasi ini, Garonne & Davidsson (2010) menemukan bahwa *affordable loss* sebagai bagian dari efek secara positif terkait dengan kecepatan kelahiran untuk perusahaan baru yang mengembangkan tingkat inovasi yang lebih tinggi. Fisher (2012) menemukan bahwa *affordable loss* dapat diamati secara sistematis dalam kombinasi dengan prinsip *bird-in-hand* dan limun. Selanjutnya, Fisher mengemukakan kendala sumber daya sebagai sumber *affordable loss*. Evald dan Senderovitz (2013) menemukan bahwa *affordable loss* sebagai bagian dari efek sangat membantu untuk menjelaskan bagaimana UKM terlibat dalam aktivitas usaha perusahaan. Akhirnya, Alsos *et al.* (2016) menemukan bahwa identitas sosial komunitarian berkorelasi kuat dan positif dengan *affordable loss* sebagai bagian dari efektivasi.

Di sisi lain, *affordable loss* juga telah dikonseptualisasikan sebagai konstruksi formatif efektivasi tipe II dan dengan demikian, terlepas dari prinsip-prinsip lain (Chandler *et al.*, 2007; Chandler *et al.*, 2011). Penelitian empiris menunjukkan kausalitas independen antara prinsip efektivasi dan hasil penjelas. Misalnya, Read *et al.* (2009) menemukan, berbeda dengan prinsip efektivasi lainnya, tidak ada hubungan antara *affordable loss* dan kinerja usaha baru yang lebih tinggi. Read *et al.* (2009), juga

menemukan, berbeda dengan prinsip *bird-in-hand*, limun, dan *crazy-quilt*, bahwa *affordable loss* berhubungan negatif dengan kinerja usaha. Penjelasan tentang hubungan yang diamati ini adalah bahwa komitmen sumber daya diperlukan untuk kinerja usaha (George, 2005). Dengan demikian, berfokus pada meminimalkan potensi kerugian yaitu *affordable loss*, berdampak buruk bagi kinerja. Roach *et. al* (2016) menemukan hubungan positif yang kontradiktif antara *affordable loss* dan kinerja perusahaan, meskipun *affordable loss* tidak memprediksi inovasi produk atau jasa. Newbert (2012) menemukan, berbeda dengan prinsip limun, bahwa wirausaha ahli lebih mungkin daripada wirausaha pemula untuk mempertimbangkan *affordable loss* mereka. Brettel *et al.* (2012) menemukan, berbeda dengan prinsip *bird-in-hand* dan limun, bahwa *affordable loss* berhubungan positif dengan efisiensi R&D dalam proyek dengan inovasi tinggi.

Selain itu, penelitian empiris menunjukkan bahwa *affordable loss* memperkuat evaluasi peluang dalam kasus pembelajaran eksplorasi (Cai *et al.*, 2017). *Affordable loss* juga berperan dalam hubungan antara *self-efficacy* dan investasi yang efektif. Kemandirian diri berhubungan positif dengan efektivitas (Engel *et al.*, 2014) dan investasi kewirausahaan. Namun, tingkat *affordable loss* yang rendah mendorong eksperimen dan investasi meskipun memiliki tingkat efikasi diri dan pengalaman yang rendah (Daniel *et al.*, 2014). Akhirnya, *affordable loss* dan prinsip efektivitas lainnya berhubungan positif dengan pertumbuhan usaha internet baru (Guo *et al.*, 2016). Hubungan antara *affordable loss* dan pertumbuhan usaha internet baru dimediasi oleh strategi penggabungan sumber daya, khususnya dengan perintis penggabungan sumber daya.

### **C. Theory of Planned Behavior**

*Theory of Planned Behavior* berasal dari *Theory of Reasoned Action* (Fishbein & Ajzen, 1975), yang mengasumsikan bahwa sebagian besar perilaku sosial manusia berada di bawah kendali kehendak dan karenanya dapat diprediksi dari intensi saja. Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa manusia biasanya berperilaku dengan cara

yang masuk akal. Mereka memperhitungkan informasi yang tersedia dan secara implisit atau eksplisit mempertimbangkan implikasi dari tindakan mereka. Konsisten dengan fokusnya pada perilaku kehendak, teori mendalilkan bahwa intensi seseorang untuk melakukan (atau tidak melakukan) perilaku adalah penentu langsung dari tindakan itu. Kecuali kejadian tak terduga, orang diharapkan untuk bertindak sesuai dengan intensi mereka. Namun jelas, intensi dapat berubah seiring waktu; semakin lama interval waktunya, semakin besar kemungkinan kejadian tak terduga akan menghasilkan perubahan intensi. Oleh karena itu akurasi prediksi biasanya akan menjadi fungsi kebalikan dari interval waktu antara pengukuran niat dan pengamatan perilaku.

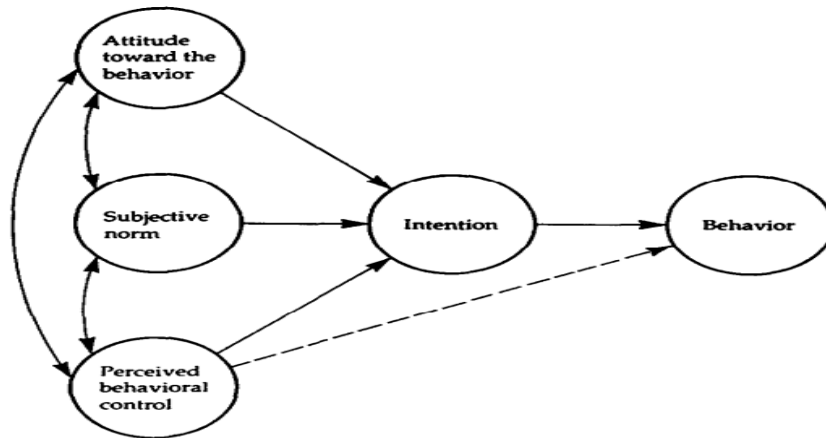
*Theory of Planned Behavior* didesain untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku manusia dalam konteks yang khusus (Ajzen, 1991). Faktor utama dalam *Theory of Planned Behavior* adalah intensi individu untuk melakukan perilaku tertentu. Intensi diasumsikan untuk menangkap faktor motivasi yang memengaruhi perilaku yaitu indikasi seberapa keras orang mau mencoba, seberapa banyak upaya yang mereka rencanakan untuk dilakukan, untuk melakukan perilaku.

*Theory of Planned Behavior* mendalilkan tiga determinan intensi yang independen secara konseptual. Yang pertama adalah *attitude toward the behavior* (sikap terhadap perilaku) dan mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki evaluasi atau penilaian yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilaku yang bersangkutan. Dalam *Theory of Reasoned Action*, istilah sikap terkait dengan perilaku, maka disebut sikap terhadap perilaku bukan sikap terhadap objek, orang atau institusi. Sebelumnya fakta menunjukkan bahwa disposisi umum berkecenderungan menjadi prediktor yang lemah terhadap perilaku dalam situasi yang spesifik (Ajzen, 1991). Sikap umum dinilai terkait dengan organisasi atau institusi dan individu tertentu yang seseorang mungkin berinteraksi. Sikap secara umum dan ciri kepribadian (*personality traits*) memiliki dampak pada perilaku spesifik hanya secara tidak langsung dipengaruhi oleh beberapa faktor yang terkait secara erat dengan perilaku (Ajzen & Fishbein, 1980).



Prediktor kedua adalah faktor sosial yang disebut *subjective norm* (norma subjektif), yang mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Antecedent ketiga dari intensi adalah *perceived behavioral control* (kendali perilaku yang dipersepsi) yang, seperti pada uraian sebelumnya, mengacu pada kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku dan diasumsikan mencerminkan pengalaman masa lalu serta hambatan dan hambatan yang diantisipasi. Sebagai aturan umum, semakin baik sikap dan norma subjektif sehubungan dengan suatu perilaku, dan semakin besar kendali perilaku yang dipersepsi, semakin kuat intensi individu untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Kepentingan relatif dari sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku yang dipersepsi dalam prediksi intensi diharapkan bervariasi di seluruh perilaku dan situasi. Dalam beberapa aplikasi mungkin ditemukan bahwa hanya sikap yang memiliki dampak signifikan pada intensi, di lain sisi sikap dan kendali perilaku yang dipersepsi cukup untuk menjelaskan intensi, dan di sisi lain ketiga prediktor membuat kontribusi independen.

Secara ringkas Theory of Planned Behavior disajikan pada gambar 2.1 berikut ini:



**Gambar 2.1 Theory of Planned Behavior**

Sumber: Ajzen (1985)

Dalam kombinasi, sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kendali perilaku yang dipersepsi mengarah pada pembentukan intensi perilaku. Akhirnya, dengan tingkat

kontrol aktual yang cukup atas perilaku, orang diharapkan untuk melaksanakan intensi mereka ketika ada kesempatan. Intensi dianggap sebagai anteseden langsung dari perilaku. Namun, karena banyak perilaku menimbulkan kesulitan pelaksanaan yang dapat membatasi kontrol kehendak, ada baiknya untuk mempertimbangkan kontrol perilaku yang dipersepsi selain intensi. Sejauh orang realistis dalam penilaian mereka tentang kesulitan perilaku, ukuran kendali perilaku yang dipersepsi dapat berfungsi sebagai proksi untuk kontrol aktual dan berkontribusi pada prediksi perilaku yang bersangkutan.

Namun, minat psikologis yang lebih besar daripada kontrol sebenarnya adalah persepsi tentang kontrol perilaku dan berdampak pada intensi dan tindakan. Kendali perilaku yang dipersepsi memainkan peran penting dalam *Theory of Planned Behavior*. Konsisten dengan penekanan pada faktor-faktor yang secara langsung terkait dengan perilaku tertentu, kendali perilaku yang dipersepsi mengacu pada persepsi orang tentang kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku yang diinginkan. Dengan demikian, seseorang mungkin percaya bahwa, secara umum, hasilnya ditentukan oleh perilakunya sendiri (*internal locus of control*/lokus kendali internal), namun pada saat yang sama dia mungkin juga percaya bahwa peluangnya untuk menjadi suatu profesi tertentu sangat tipis (*low perceived behavioral control*).

Menurut *Theory of Planned Behavior*, kendali perilaku yang dipersepsi, bersama dengan intensi perilaku, dapat digunakan secara langsung untuk memprediksi perilaku. Setidaknya dua alasan dapat ditawarkan untuk hipotesis ini. Pertama, dengan mempertahankan intensi yang konstan, upaya yang dikeluarkan untuk membawa arah perilaku ke kesimpulan yang sukses kemungkinan akan meningkat dengan kendali perilaku yang dipersepsi. Misalnya, bahkan jika dua individu memiliki intensi yang sama kuat untuk belajar ski, dan keduanya mencoba melakukannya, orang yang yakin bahwa dia dapat menguasai aktivitas ini lebih mungkin untuk bertahan daripada orang yang meragukan kemampuannya. Alasan kedua untuk mengharapkan hubungan langsung antara kendali perilaku yang dipersepsi dan pencapaian perilaku adalah bahwa kendali perilaku yang dipersepsi sering dapat digunakan sebagai pengganti ukuran kontrol yang

sebenarnya. Apakah ukuran kendali perilaku yang dipersepsi dapat menggantikan ukuran kontrol yang sebenarnya tergantung, tentu saja, pada keakuratan persepsi.

Sesungguhnya, formulasi original dari *Theory of Planned Behavior*, *perceived behavioral control* berperan sebagai variabel moderator (Ajzen, 1985). Dalam perkembangannya, telah ditemukan interaksi yang positif dan signifikan antara sikap dan kendali perilaku yang dipersepsi di dalam memprediksi intensi, di mana semakin tinggi kendali perilaku yang dipersepsi maka semakin kuat hubungan antara sikap dan intensi (La Barbera & Ajzen, 2021).

Sementara interaksi antara norma subjektif dengan kendali perilaku yang dipersepsi memperlihatkan hasil yang tidak konsisten. Studi dari Yzer dan Van Den Putte (2014) mengenai intensi untuk berhenti merokok menemukan bahwa terdapat interaksi positif dan signifikan antara kendali perilaku yang dipersepsi dengan norma subjektif, sedangkan Guo *et.al* (2007) menemukan interaksi negatif di mana hubungan antara norma subjektif dengan intensi menguat ketika individu memiliki kendali perilaku yang dipersepsi yang rendah.

### **2.1.2. Tinjauan Empiris**

Penelitian mengenai perilaku wirausaha pada kelompok UKM ketika merespons krisis yang mengakibatkan ketidakpastian berkisar pada strategi yang dibangun, program yang dijalankan, dan perilaku yang ditunjukkan.

Penelitian mengenai strategi yang dibangun merespons situasi ketidakpastian adalah bagaimana pelaku UKM mentransformasikan model bisnis konvensional menjadi model bisnis digital (Baber, Ojala, Martinez, 2019; Priyono *et al.*, 2020; Abuhussein, Barham, Al-Jaghoub, 2021; Kronblad, Pregmark, 2021). Priyono *et al.* (2020) menunjukkan tingkat adopsi digital pelaku UKM dari yang paling siap bertransformasi secara cepat, kesulitan bertransformasi karena kesulitan keuangan, hingga yang mencari mitra karena literasi digital yang terbatas.

Mengenai program yang dijalankan, Castro dan Zermeno (2020) melakukan tinjauan pustaka untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk resiliensi untuk

memperkuat program pelatihan keterampilan kewirausahaan. Sementara Goncalves dan Fischer (2020) yang meneliti usaha rintisan waralaba mengenai bagaimana mereka menghadapi krisis yang menunjukkan bahwa resiliensi menjadi kunci untuk mengatasi dampak krisis.

Penelitian mengenai perilaku yang ditunjukkan pelaku UKM merespons ketidakpastian terkait *effectual behavior* (Haneberg, 2020; Cai, Fei, Liu, 2017) dan perilaku *causation* dan *effectuation* (Eyana, Measurel, Paas, 2017). Secara khusus Martina (2019) menelaah perilaku *affordable loss* sebagai bagian dari *effectual behavior* dan Chandler *et al.* (2011) mengembangkan dan memvalidasi pengukuran dari pendekatan *causation* dan *effectuation*.

Pada penelitian yang dilakukan Haneberg (2020) menunjukkan hubungan yang kuat dan signifikan antara dampak krisis dan ketidakpastian yang dirasakan di satu sisi dan pembelajaran dari krisis di sisi lain. Hasil ini berkontribusi pada bidang manajemen usaha kecil dengan secara empiris menghubungkan dampak krisis besar, seperti COVID-19, dengan persepsi ketidakpastian dan pembelajaran dari pengalaman, yang merupakan konsep landasan dalam literatur manajemen dan kewirausahaan.

Hasil lebih lanjut menunjukkan bahwa ketidakpastian (*uncertainty*) terutama mengarah pada fokus manajer pada kerugian yang terjangkau (*affordable loss*), sementara belajar dari krisis (*learning from crisis experience*) terutama mengarah pada perilaku eksperimen (*experimentation behaviour*).

Chandler *et al.* (2011) yang mengembangkan dan memvalidasi pengukuran dari pendekatan *causation* dan *effectuation* untuk penciptaan usaha baru, memperlihatkan bahwa *causation* berkorelasi negatif dengan ketidakpastian, sementara eksperimen berkorelasi positif dengan ketidakpastian.

Sementara penelitian Cai, Fei, Liu, (2017) yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *effectuation* pada kinerja usaha baru dalam konteks ekonomi transisional di China. Hasil analisis menunjukkan bahwa *causation* berhubungan secara positif untuk meningkatkan *employment size*, sementara *effectuation* berhubungan positif dengan

ukuran kinerja keuangan, meskipun dimensi bervariasi dalam pengaruhnya pada penjualan, profit, dan peningkatan aset.

Tabel 2.1 berikut ini merangkum hasil penelitian sebelumnya. Pada bagian ini akan dikemukakan hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini.

Tabel 2.1.  
Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Nama	Judul Penelitian	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
1.	2011	Gaylen N. Chandler, Dawn R. DeTienne, Alexander McKelvie, Troy V. Mumford.	Causation & Effectuation Processes: a Validation Study	Mengembangkan dan memvalidasi pengukuran dari pendekatan <i>causation</i> dan <i>effectuation</i> untuk penciptaan usaha baru.	Wawancara semi terstruktur pada wirausaha yang dilakukan pewawancara terlatih selama 20 menit melalui telepon.	<i>Causation</i> secara negatif berkorelasi dengan ketidakpastian, sementara eksperimen berkorelasi secara positif dengan ketidakpastian.
2.	2015	David C. Roach, Joel A Ryman, Joyline Makani	Effectuation, Innovation and Performance in SMEs: an Empirical Study	Memproposisi skala yang sesuai untuk konstruk <i>effectuation</i> terkait inovasi dan melakukan pengujian dalam hubungannya dengan kinerja perusahaan.	Survei pada 169 UKM yang menghasilkan produk elektronik.	<i>Means (who I know)</i> dan eksperimen secara positif memediasi orientasi inovasi dan inovasi produk/jasa, yang selanjutnya meningkatkan kinerja usaha. <i>Affordable loss</i> tidak memainkan peran mediasi tapi memiliki pengaruh langsung ke kinerja perusahaan.
3.	2017	Shiferaw Muleta Eyana, Enno Masurel, Leo J. Paas	Causation & Effectuation Behaviour of Ethiopian Entrepreneurs, Implications on Performance of Small Tourism Firms	Menginvestigasi implikasi perilaku <i>causation</i> dan <i>effectuation</i> dari wirausaha Ethiopia pada kinerja perusahaan kecil yang baru didirikan. Ini juga menambahkan wawasan baru untuk memajukan teori <i>effectuation</i> dengan memperluas cakupan ke dalam domain perilaku	Survei pada 108 operator tour Ethiopia. <i>Hierarchical multiple regression</i> digunakan untuk menilai kemampuan perilaku wirausaha.	<i>Causation</i> berhubungan secara positif untuk meningkatkan <i>employment size</i> , sementara <i>effectuation</i> berhubungan positif dengan ukuran kinerja keuangan, meskipun dimensi bervariasi dalam pengaruhnya pada penjualan, profit dan peningkatan aset.

No	Tahun	Nama	Judul Penelitian	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
				<i>entrepreneurial</i> dan kinerja perusahaan, dengan menguji satu skala operasional dalam konteks Afrika.		
4.	2017	Li Cai, Runping Guo, Yupeng Fei, Zhao Liu	Effectuation, Exploratory Learning and New Venture Performance: Evidence from China	Meneliti pengaruh <i>effectuation</i> pada kinerja usaha baru dalam konteks ekonomi transisional di China.	Survei pada 206 usaha baru di China yang lalu dianalisis dengan metode SEM.	<i>Effectuation</i> memiliki pengaruh positif pada kinerja usaha baru. Pembelajaran eksploratori memainkan peran mediasi penuh dalam hubungan antara <i>effectuation</i> dan kinerja usaha baru.
5.	2017	Marko Juhani Matalamaki	Effectuation, an Emerging Theory of Entrepreneurship – Towards a Mature Stage of the Development	Menambahkan tahap-tahap pengembangan dari teori <i>effectuation</i> dan menyoroti perkembangan dari tahap-tahap awal artikel konseptual sampai dengan makalah empiris, karakter yang spesifik dan pertanyaan riset yang terukur.	<i>Peer review</i> jurnal akademik.	Memperkenalkan empat hal utama ke dalam teori <i>effectuation</i> yaitu: inovasi dan pengembangan produk, internasionalisasi, <i>effectuation</i> dan <i>causation</i> , keahlian <i>entrepreneurial</i> .
6.	2018	Philip McGowan	The Impact of Effectuation on Small Firm Buying Decisions	Mempertimbangkan pengaruh logika <i>effectuation</i> pada intensi membeli manajer pemilik usaha kecil.	Studi literatur yang terkait pembelian organisasi, pemasaran dan <i>personal selling</i> dan pengambilan keputusan <i>entrepreneurial</i> .	Model konseptual berdasarkan proposisi bagaimana <i>effectuation logic</i> dapat memprediksi manajer pemilik usaha kecil untuk memilih pemasok yang dipercaya, dari jejaring pribadi dan bisnis, dan melibatkan persyaratan fleksibel. Pengambilan keputusan terkait pemasok menggunakan <i>effectuation logic</i> memungkinkan pilihan lebih banyak dari pemasok daripada proses formal di perusahaan besar.

No	Tahun	Nama	Judul Penelitian	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
7.	2019	William W Baber, Arto Ojala, Ricardo Martinez.	Effectuation Logic in Digital Business Model Transformation, Insights from Japanese High-Tech Innovators	Untuk menyelidiki bagaimana model bisnis digital berkembang ketika wirausaha bergerak ke platform digital baru dan bagaimana evolusi ini terkait dengan logika effectuation dan causation.	Pendekatan multiple case study untuk menyelidiki bagaimana model bisnis digital berubah. Perusahaan sebagai studi kasus dipilih berdasarkan ukuran, produk dan transisi dari platform fisik ke digital. Dilakukan juga wawancara semi terstruktur.	Melalui transformasi digital perusahaan dengan model bisnis digital berkembang mengikuti logika effectuation seperti halnya logika causal. Logika <i>effectuation</i> digunakan perusahaan untuk keberhasilan pengembangan produk dan pengaturan pada jejaring. Logika <i>effectual</i> tidak memainkan peran dalam perubahan penyampaian nilai dan sedikit dampak pada struktur permintaan.
8.	2019	Richard A. Martina	Toward a Theory of Affordable Loss	Mengembangkan proses elaborasi model <i>affordable loss heuristic in effectuation</i> .	Studi eksploratori pada tujuh perusahaan di pulau Karibia, Curacao.	Terdapat dua komponen dari <i>affordable loss</i> yaitu kemampuan dan kemauan ( <i>ability and willingness</i> ), dan menghubungkannya dengan konsep <i>loss aversion</i> dari teori prospek.
9.	2020	Frederick Dayour, Charles Atanga Adongo, Francis Eric Amunquandoh, Issahaku Adam	Managing the Covid-19 Crisis: Coping and Post-Recovery Strategies for Hospitality and Tourism Business in Ghana	Mengeksplorasi strategi untuk mengatasi krisis dan pasca pemulihan serta strategi jangka panjang.	Wawancara dengan 20 manajer pemilik dan nonpemilik bisnis akomodasi, restoran, tour and travel, agen, souvenir. Wawancara dilakukan secara tatap muka dan telepon, dikombinasikan dengan observasi partisipan.	Sangat penting bagi pemerintah dan lembaga manajemen industri untuk mempertimbangkan kemampuan dan tindakan spesifik yang diambil pengusaha selama krisis dalam upaya mendukung strategi kesiapsiagaan dan respons krisis. Studi ini mengidentifikasi enam fase dalam proses manajemen krisis UKM operator hospitality dan wisata:

No	Tahun	Nama	Judul Penelitian	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
						kesadaran, memerangi penyebaran COVID-19, mekanisme mengatasi, langkah-langkah pemulihan jangka pendek/langsung dan jangka panjang, serta pembelajaran
10.	2020	Mohammad Nurunnabi	Recovery Planning and Resilience of SMEs During The Covid-19: Experience From Saudi Arabia	Mendeskripsikan bagaimana pandemi Covid-19 memengaruhi usaha kecil dan menengah (UKM) di Arab Saudi. Secara khusus mengeksplorasi bagaimana UKM di Arab Saudi mengatasi perubahan agar bertahan hidup di pasar.	Wawancara dengan 111 pemilik UKM di Arab Saudi di Al-Baaha, Wilayah Timur, Madinah, Makkah, Qassim dan Riyadh.	Pemerintah telah memberikan upaya dan paket stimulus yang signifikan untuk menjaga stabilitas lapangan kerja dan UKM. Mayoritas usaha merasa puas dengan paket stimulus tersebut.
11.	2020	Anjar Priyono, Abdul Moin, Vera Nur Aini, Oktaviani Putri	Identifying Digital Transformation Paths in The Business Model of SMEs During The Covid-19 Pandemic	Menganalisis bagaimana UKM mengatasi perubahan lingkungan akibat pandemi Covid-19 dengan melakukan transformasi model bisnis yang didukung teknologi digital.	Desain studi kasus ganda dengan analisis kualitatif untuk mengkaji data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan kunjungan lapangan. Tujuh UKM manufaktur Indonesia dipilih menggunakan teknik sampling dengan tujuan mencapai beberapa tingkat variasi yang memungkinkan logika replikasi.	UKM mengadopsi tingkat transformasi digital yang berbeda menjadi tiga jalur berdasarkan faktor kontekstual perusahaan. Pertama, UKM dengan tingkat kematangan yang tinggi menjawab tantangan dengan mempercepat transisi menuju perusahaan digital. Kedua, UKM yang mengalami masalah likuiditas dan tingkat kematangan digital rendah, memutuskan untuk mendigitalkan fungsi penjualan saja. Ketiga, UKM yang memiliki literasi digital sangat terbatas namun didukung modal sosial yang tinggi, memecahkan



No	Tahun	Nama	Judul Penelitian	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
						tantangan dengan menemukan mitra yang memiliki kemampuan digital yang sangat baik.
12.	2020	May Portuguez Castro, Marcela Georgina Gomez Zermeno	Being an Entrepreneur Post-Covid 19- Resilience in Times of Crisis: a Systematic Literature Review	Melakukan tinjauan pustaka untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk resiliensi untuk memperkuat program pelatihan keterampilan kewirausahaan.	Tinjauan literatur sistematis untuk menganalisis studi yang berkaitan dengan kewirausahaan, ketahanan dan krisis.	Faktor-faktor ketahanan seperti sikap yang diadopsi terhadap krisis, karakteristik bisnis dan pengusaha, hubungan dengan institusi, modal manusia dan sosial, serta manajemen strategis.
13.	2020	Matheus Dermonde Goncalves, Bruno Brandao Fischer	Brazilian Franchise Startups and the Covid-19 Crisis, Effects of The Franchising Decision	Untuk mengetahui bagaimana usaha rintisan waralaba menghadapi krisis yang disebabkan oleh Covid-19, dengan penekanan pada dampak keputusan waralaba untuk bertahan selama krisis.	Studi kualitatif dengan melakukan wawancara dengan empat pendiri atau manajer perusahaan waralaba	Dalam konteks krisis, respons cepat perusahaan mengindikasikan kelincahan ( <i>agility</i> ) dan fleksibilitas dari bisnis waralaba. Demikian pula pentingnya resiliensi usaha rintisan untuk mengatasi dampak krisis.
14.	2020	Laurent Yacoub, Samer ElHajjar	How do Hotels in Developing Countries Manage the Impact of Covid-19? The Case of Lebanese Hotels	Mendeskripsikan panduan yang dapat digunakan manajer hotel untuk memulihkan industri <i>hospitality</i> setelah pandemic Covid-19.	Wawancara dengan 26 manajer hotel bintang 4 dan 5 di Beirut.	Tingkat kesiapan menghadapi pandemi terbilang rendah. Hotel memfokuskan pada transparansi dengan karyawan, menyediakan informasi yang cukup dan mendesentralisasi kekuasaan pada tingkat departemen dalam menghadapi dampak akibat pandemi. Secara operasional manajer hotel fokus pada keselamatan di seluruh departemen dan menekankan pentingnya turis lokal daripada asing dalam hal sumber pendapatan. Selain itu juga

No	Tahun	Nama	Judul Penelitian	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
						meningkatkan kelenturan dalam <i>booking</i> dan pembatalan. Hotel juga bergerak lebih menggunakan teknologi.
15.	2020	FridaThomas Pacho, Hellena Mushi	The Effect of Effectuation Set of Means on New Venture Performance: Flexibility Principle as a Mediating Factor	Menentukan pengaruh <i>effectuation set of means</i> pada kinerja usaha baru dalam konteks ekonomi Tanzania. Studi ini juga menentukan peran prinsip fleksibilitas sebagai mediator kunci.	Studi kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner ke 350 responden di lima kota di Tanzania. Regresi hirarkikal dan SEM digunakan untuk menguji hipotesis.	<i>Effectuation set of means</i> mempunyai pengaruh positif pada kinerja usaha baru. Prinsip fleksibilitas memainkan peran mediasi parsial dalam hubungan antara <i>effectuation</i> dengan kinerja usaha baru.
16.	2020	Dag Hakon Haneberg	SME Managers' Learning from Crisis and Effectual Behavior	Untuk mengetahui bagaimana manajer UKM menanggapi gelombang kedua Covid-19 berdasarkan persepsi ketidakpastian dan pembelajaran sebelumnya dari gelombang pertama Covid-19 pada awal 2020. Empat hipotesis diajukan yang menghasilkan model teoritis terkait dampak krisis, ketidakpastian, pembelajaran dari pengalaman krisis dan perilaku efektuasi.	Model teoritis diuji melalui studi kuantitatif berbasis kuesioner empiris dari UKM di Norwegia di sektor bar dan restoran, menerapkan model persamaan struktural sebagai teknik analisis.	Dampak Covid-19 mengarah pada ketidakpastian dan pembelajaran, selanjutnya ketidakpastian yang mengarah pada fokus pada kerugian yang dapat ditanggung ( <i>affordable loss</i> ), sementara pembelajaran mengarah pada perilaku eksperimen ( <i>experimentation behavior</i> ).
17.	2021	Tala Abuhusein, Husam Barham, Saheer Al-Jaghoub	The Effect of Covid-19 on Small Medium Enterprises: Empirical Evidence from Jordan	Menyampaikan data empiris mengenai dampak krisis Covid-19 pada UKM, manajemen krisis UKM, dan data faktual bagaimana UKM di Jordania menggunakan kewirausahaan untuk mengurangi ketidakpastian dan mendorong peluang.	Penelitian kualitatif dengan wawancara semi terstruktur pada 32 informan dari UKM. Dilakukan perbandingan antara periode masa krisis dengan enam bulan setelahnya.	UKM di Jordania telah beradaptasi dengan memodifikasi model bisnis menjadi digital, memperbaiki komunikasi internal, dan merestrukturisasi budaya organisasi.
18.	2021	Rehan Aftab, Muhammad	An Analysis of Covid-19	Untuk memastikan dampak virus Covid-	Studi deskriptif ini berdasarkan	UKM di Pakistan telah mengalami

No	Tahun	Nama	Judul Penelitian	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
		Naveed, Sajjad Hanif	Implications for SMEs in Pakistan	19 pada UKM di Pakistan yang rapuh menghadapi situasi krisis. Studi ini juga bertujuan menyediakan rekomendasi kebijakan kepada pemangku kepentingan.	pada teknik data kuantitatif dan dilakukan pengumpulan data primer. Instrumen survei diadaptasi dari dokumen publik biro statistik tenaga kerja Amerika. Respons yang terkumpul dari pemilik UKM dianalisis secara deskriptif menggunakan grafik yang sesuai.	implikasi tidak menguntungkan dari Covid-19 dalam bentuk kekurangan produk, blokade transportasi, penurunan permintaan produk dan jasa, penurunan keuntungan dan penjualan, pembatasan operasi, penguncian ( <i>lockdown</i> ), dan pemberhentian karyawan.
19.	2021	Ariful Islam, Nur Fadiah Mohd Zawawi, Sazali Abd Wahab	Rethinking Survival, Renewal, and Growth Strategies of SMEs in Bangladesh: The Role of Spiritual Leadership in Crisis Situation	Untuk mengkonseptualisasi metode fokus pada inovasi yang sukses, sebelum dan sesudah pandemi untuk mengelola krisis dengan mendirikan kepemimpinan spiritual yang berdasarkan perpektif islami.	Studi literatur komprehensif telah dilakukan di lebih dari 360 artikel.	Strategi terapan konfigurasi sukses UKM yang fokus pada inovasi melalui pengembangan kepemimpinan spiritual.
20..	2021	Meng Kui Hu, Daisy Mui Hung Kee	Fostering Sustainability: Reinventing SME Strategy in The New Normal	Untuk mendiskusikan dampak signifikan dari pandemi Covid-19 pada UKM, pendekatan praktis untuk mengkapitalisasi peluang yang diperbarui dalam normal baru dengan memperluas bisnis secara regional dan global. Hasil penelitian ini juga mendiskusikan taktik dan strategi intervensi UKM yang dibutuhkan untuk maju ke depan.		Teori <i>Resource-based View</i> dari Barney (1991) digunakan untuk menjelaskan bagaimana UKM mengembangkan keunggulan kompetitif berkelanjutan di dalam kondisi normal baru.

No	Tahun	Nama	Judul Penelitian	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
21.	2021	Charlotta Kronblad, Johanna Envall Pregmark	Responding to the Covid-19 Crisis: The Rapid Turn Toward Digital Business Models	Mengeksplorasi bagaimana karakteristik organisasi menyediakan beragam peluang untuk respons digital terhadap pandemi Covid-19 dan mendiskusikan konsekuensi potensi untuk kecepatan transformasi digital dalam organisasi dan masyarakat.	Studi kualitatif dengan menggunakan data dari industri ritel dan jasa yang terkait dengan teori untuk memahami fenomena yang sedang berlangsung.	Diidentifikasi empat kategori dari organisasi ( <i>crisispreneurs, accelerators, endurers dan thrivers</i> ). Tiap kategori menghadapi perbedaan tantangan dan memperlihatkan sebuah intensitas yang berbeda dalam transformasi digital.
22.	2021	Benjamin Fath, Antje Fiedler, Noemi Sinkovics, Rudolf R. Sinkovics, Bridgette Sullivan-Taylor.	International Relationships and Resilience of New Zealand SME Exporters during Covid-19	Menyelidiki secara empiris bagaimana UKM terlibat dengan mitra jaringan internasional selama Covid-19 dan bagaimana krisis telah mengubah relasi jaringan.	Wawancara dengan 14 manajer UKM Selandia Baru dari beragam industri dan empat ahli industri.	Terdapat pola bagaimana UKM terlibat dengan mitra jejaring yang bergantung pada kondisi relasi sebelum pandemi dan sejauh mana pasar dipengaruhi oleh pandemi. Selama krisis, ikatan terputus, memaksa perusahaan menciptakan relasi baru dan peluang potensial.
23.	2021	Sara Abhari, Alireza Jalali, Mastura Jaafar, Reza Tajaddini	The Impact of Covid-19 Pandemic on Small Business in Tourism and Hospitality Industry in Malaysia	Menyelidiki dampak ekonomi pada usaha kecil di industri pariwisata dan perhotelan termasuk industri makanan dan minuman di Malaysia, selama dan setelah pemberlakuan <i>Movement Control Order (MCO)</i> dengan munculnya model bisnis baru.	Desain penelitian kualitatif sekunder yang sebagian besar didasarkan pada literatur yang ada, laporan organisasi WHO, dokumen pemerintah, sumber daring dan pengamatan mengenai pengalaman bisnis lokal.	Menerapkan strategi pemulihan yang efektif, membentuk solusi ketahanan dan kebijakan pendukung seperti rencana pemulihan nasional, yang didukung oleh pemerintah, memainkan peranan penting dalam menghindari penurunan usaha kecil.
24.	2021	Boyke Rudy Purnomo, Rocky Adiguna, Widodo Widodo, Hempri Suyatna, Bangun Prajanto Nusanoro	Entrepreneurial Resilience During The Covid-19 Pandemic: Navigating Survival,	Mengeksplorasi bagaimana usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia menunjukkan ketahanan dalam	Desain penelitian kualitatif dengan wawancara semi terstruktur pada lima bisnis berbasis industri	Pandemi Covid-19 memicu munculnya peluang baru sekaligus kendala baru bagi UKM. Ini mengganggu model bisnis mereka.

No	Tahun	Nama	Judul Penelitian	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
			Continuity and Growth	menanggapi pandemic Covid-19.	kreatif di Yogyakarta.	UKM ditemukan menavigasi kelangsungan hidup, kesinambungan, dan pertumbuhan dengan memanfaatkan sumber daya dan strategi.
25.	2021	Enrico Marcazzan, Diego Campagnolo, Martina Gianecchini	Reaction or Anticipation? Resilience in Small and Medium Enterprises	Mengeksplorasi pengalaman krisis sebelumnya dan ketahanan wirausaha dikaitkan dengan adopsi usaha kecil dan menengah dari strategi antisipasi yang berbeda.	Survei pada 959 UKM di Jerman dan Italia. Data dianalisis dengan model regresi logistik multinomial untuk menguji pengaruh pengalaman krisis sebelumnya dan ketahanan pengusaha terhadap kemungkinan mengadopsi strategi antisipasi yang berbeda.	Pengalaman krisis sebelumnya meningkatkan kemungkinan secara teratur mengadopsi tindakan antisipasi proaktif sambil mengurangi kemungkinan mengadopsi strategi reaktif murni. Selain itu ketahanan wirausaha secara nonlinier terkait dengan strategi antisipasi.
26.	2021	Guydeuk Yeon, Paul C. Hong, Elangovan N, Divakar G.M.	Implementing Strategic Responses in The Covid-19 Market Crisis: a Study of Small and Medium Enterprises (SMEs) in India	Mengkaji bagaimana UKM India menerapkan tanggapan strategis dalam krisis ini.	Studi ini menggunakan teori kapabilitas dinamis untuk mengeksplorasi tanggapan strategis UKM. Teori implementasi strategi membantu menjelaskan bagaimana mereka menerapkan praktik inovatif.	Studi tersebut melaporkan perusahaan memilih pendekatan sesuai dengan risiko pasar yang dirasakan. Perusahaan menampilkan sikap yang beragam tergantung pada arah strategis, visi kepemimpinan dan budaya organisasi. Mereka mencapai hasil yang berbeda dengan menerapkan gaya tertentu dari praktik manajemen risiko (misalnya penghindaran risiko, pengambilan risiko, dan pengembangan risiko).
27.	2020	Zeinab Abbas Zaazou, Doaa Salman Abdou	Egyptian Small and Medium Sized	Menyelidiki dampak pandemic pada UKM di Mesir dan	Metode kualitatif dan kuantitatif	Ada kesepakatan di antara semua peserta bahwa

No	Tahun	Nama	Judul Penelitian	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
			Enterprises' Battle Against Covid-19	bagaimana usaha rintisan secara keseluruhan menghadapi situasi tersebut.	dengan wawancara semi terstruktur yang ditujukan kepada sejumlah partisipan, kemudian dilakukan studi kuantitatif, diakhiri dengan kesimpulan dan rekomendasi.	pengusaha harus selalu fleksibel dan mencari investasi dalam inovasi. Namun ada perbedaan pendapat di antara peserta mengenai pengukuran yang dilakukan oleh pemerintah Mesir pasca pandemi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak hanya memberi pertolongan kepada perusahaan rintisan dengan mengurangi tekanan yang disebabkan arus kas yang terbatas tetapi juga mempertimbangkan langkah-langkah jangka panjang.
28.	2021	Borje Boers, Thomas Henschel	The Role of Entrepreneurial Orientation in Crisis Management: Evidence from Family Firms in Enterprising Community	Mengeksplorasi dan memahami bagaimana perusahaan keluarga mengelola krisis dengan menerapkan manajemen krisis dengan menggunakan orientasi kewirausahaan.	Studi kasus di Jerman, Skotlandia dan Swedia. Pengumpulan data berdasarkan kombinasi wawancara dengan data arsip seperti laporan tahunan dan klipng pers.	Semua perusahaan yang diteliti memiliki tingkat otonomi yang tinggi dikombinasikan dengan pengambilan risiko yang tinggi. Pengambilan risiko dan proaktif dapat berguna untuk mengatasi krisis.
29.	2021	Ananya Bhattachatya, Ambika Zutshi, Ali Bavik	Building Resilience for Food Service Businesses in Times of Crisis: a Four-F Action Plan	Untuk memproposisikan rencana aksi "Four-F" ( <i>finding facts, fostering alternates, fulfilling implementation, feasibility testing</i> ) bisnis jasa makanan global seperti restoran untuk membangun resiliensi selama krisis global.	Mengkaji dan memberi kode artikel menggunakan pendekatan PRISMA kemudian mengaplikasikan temuan untuk mengembangkan rencana aksi Four-F	Meski seluruh empat fase krisis harus dipertimbangkan pengambil keputusan sebagai bagian dari proses perencanaan kontingensi, tahap sebelum dan sesudah krisis membutuhkan perhatian lebih.
30.	2021	Maria Zoi Spanaki, Andreas Papatheodorou, Nikolaus Pappas	Tourism in The Post Covid-19 Era: Evidence from Hotels in	Untuk menguji pengembangan pariwisata selama pandemi Covid-19	Lima belas wawancara semi terstruktur berdasarkan	Menggunakan operasional baru dan persyaratan birokrasi yang

No	Tahun	Nama	Judul Penelitian	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
			The North East of England	pada sektor hotel di timur laut Inggris.	sepuluh pertanyaan terbuka dengan manajer hotel dari <i>brand</i> internasional, terkait kesiapan secara efektif menghadapi pandemi.	ditambahkan pada struktur biaya ketika hotel mengalami keguncangan penerimaan dan tingkat hunian dalam jangka pendek. Strategi penetapan harga yang inovatif dan agresif diperkenalkan.
31.	2021	Francesco La Barbera, Icek Ajzen	Moderating Role of Perceived Behavioral Control in The Theory of Planned Behavior: a Preregistered Study	Menguji moderasi kendali perilaku yang dipersepsi dalam hubungan antara sikap dan intensi, serta moderasi kendali perilaku yang dipersepsi dalam hubungan antara norma subjektif dan intensi.	Survei pada 400 partisipan dari dua negara yaitu Inggris dan Jerman mengenai intensi berolahraga dan konservasi energi. Data dianalisis dengan menggunakan regresi hirarkikal.	Semakin meningkat skor kendali perilaku yang dipersepsi, maka kekuatan hubungan antara sikap dan intensi juga akan meningkat, sementara hubungan antara norma subjektif dan intensi menurun.
32.	2023	Liang-Xing He, Teng Li	How Entrepreneurial Implementation Intentions Moves Toward Subsequent Actions: Affordable Loss and Environmental Uncertainty	Untuk menjembatani kesenjangan antara niat implementasi kewirausahaan dan tindakan selanjutnya, mengatasi masalah isotropik di bawah kewirausahaan yang tidak pasti.	Survei dua putaran, total 2.350 orang disurvei, dan 240 di antaranya menyatakan niat kewirausahaan tetapi belum memulai bisnis termasuk dalam sampel.	Penelitian ini menemukan bahwa niat implementasi kewirausahaan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan tindakan selanjutnya, kerugian yang terjangkau memediasi efek niat implementasi pada tindakan selanjutnya, ketidakpastian lingkungan secara negatif memoderasi hubungan antara kerugian yang terjangkau dan tindakan selanjutnya, dan efek tidak langsung dari niat implementasi kewirausahaan pada tindakan selanjutnya

No	Tahun	Nama	Judul Penelitian	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
						dapat ditingkatkan pada tingkat ketidakpastian lingkungan yang rendah.

## 2.2. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

### 2.2.1 Kerangka Pemikiran

#### A. Keterkaitan Antara Sikap dengan Intensi Perilaku

Sikap terhadap perilaku mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki evaluasi atau penilaian yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilaku yang bersangkutan (Ajzen, 1991). Menurut Ajzen dan Fishbein (1980) sikap merujuk secara khusus pada kinerja perilaku seseorang itu sendiri daripada kinerjanya secara umum. Sikap secara umum dan ciri kepribadian (*personality traits*) memiliki dampak pada perilaku spesifik hanya secara tidak langsung dipengaruhi oleh beberapa faktor yang terkait secara erat dengan perilaku (Ajzen & Fishbein, 1980).

Intensi dapat melibatkan tindakan yang sangat umum, target, konteks, dan elemen waktu atau elemen yang sangat spesifik. Dari sudut pandang teoretis, tidak ada bedanya seberapa spesifik atau umum intensi itu (tingkat keumuman ditentukan oleh kriteria minat perilaku). Yang penting ketika menggunakan ukuran sikap untuk memprediksi dan memahami intensi adalah untuk memastikan bahwa ukuran sikap dan intensi sesuai satu sama lain.

#### B. Keterkaitan Antara Norma Subjektif dengan Intensi Perilaku

Norma subjektif mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Menurut Ajzen dan Fishbein (1980) norma subjektif mengacu pada resep perilaku tertentu dikaitkan dengan agen sosial umum. Norma subjektif mengacu pada persepsi orang bahwa orang lain yang penting menginginkan kinerja atau non-kinerja dari perilaku tertentu; persepsi ini mungkin atau mungkin tidak mencerminkan apa yang sebenarnya menurut orang penting harus dia lakukan (Ajzen



& Fishbein, 1991). Selanjutnya Ajzen dan Fishbein (1980) menyebutkan bahwa ketika seseorang memandang pihak lain penting bagi dirinya untuk melakukan suatu perilaku, maka semakin meningkat intensi untuk melakukannya. Jika hal-hal lain bersifat konstan, orang dipandang berniat untuk melakukan perilaku yang mereka yakini penting bagi orang lain untuk mereka lakukan. Sebaliknya, jika mereka percaya bahwa pihak lain berpikir bahwa mereka tidak seharusnya melakukan suatu perilaku, mereka biasanya berintensi untuk tidak melakukan.

### **C. Keterkaitan Antara Kendali Perilaku yang Dipersepsi dengan Intensi Perilaku**

Dalam rumusan asli TPB (Ajzen, 1985), kontrol perilaku yang dirasakan memang diberi peran sebagai variabel moderasi. Namun, karena penelitian empiris cenderung hanya menemukan efek utama, formulasi selanjutnya (misalnya, Ajzen, 1991, 2012) dan sebagian besar penerapan empiris model tersebut memperlakukan kendali perilaku yang dipersepsi sebagai penentu langsung intensi dengan status yang setara dengan sikap dan norma subjektif. Kegagalan untuk menemukan efek interaksi biasanya disebabkan oleh masalah metodologis, terutama terkait dengan pembatasan jangkauan (Ajzen, 2002; Fishbein & Ajzen, 2010; La Barbera & Ajzen, 2020; Yzer & Van De Putte, 2014).

Menurut Ajzen (1991) kendali perilaku yang dipersepsi mengacu pada persepsi orang tentang kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku yang diinginkan. Semakin besar kendali perilaku yang dipersepsi, semakin kuat intensi individu untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku seseorang sangat dipengaruhi oleh kepercayaan diri mereka terhadap kemampuan mereka untuk melakukan hal tersebut, yaitu kendali perilaku yang dipersepsi.

### **D. Keterkaitan Antara Kendali Perilaku yang Dipersepsi dengan Perilaku *Affordable Loss***

Menurut *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), kendali perilaku yang dipersepsi, bersama dengan intensi perilaku, dapat digunakan secara langsung untuk

memprediksi pencapaian perilaku. Setidaknya dua alasan dapat ditawarkan untuk hipotesis ini. Pertama, mempertahankan intensi konstan, upaya yang dikeluarkan untuk membawa rangkaian perilaku ke kesimpulan yang sukses cenderung meningkat dengan kontrol perilaku yang dipersepsi. Misalnya, jika dua individu memiliki intensi yang sama kuatnya untuk belajar bermain ski, dan keduanya mencoba melakukannya, orang yang yakin bahwa dia dapat menguasai aktivitas ini lebih mungkin bertahan daripada orang yang meragukan kemampuannya. Alasan kedua untuk mengharapkan hubungan langsung antara kontrol perilaku yang dipersepsi dan pencapaian perilaku adalah bahwa kontrol perilaku yang dipersepsi sering dapat digunakan sebagai pengganti ukuran kontrol yang sebenarnya. Apakah ukuran kontrol perilaku yang dipersepsi dapat menggantikan ukuran kontrol yang sebenarnya tergantung pada keakuratan persepsi. Kontrol perilaku yang dipersepsi mungkin tidak terlalu realistis ketika seseorang memiliki informasi yang relatif sedikit tentang perilaku tersebut, ketika persyaratan atau sumber daya yang tersedia telah berubah, atau ketika elemen baru dan asing telah masuk ke dalam situasi tersebut. Dalam kondisi tersebut, ukuran kontrol perilaku yang dipersepsi dapat menambah sedikit akurasi prediksi perilaku. Namun, sejauh kontrol yang dirasakan realistis, dapat digunakan untuk memprediksi kemungkinan upaya perilaku yang berhasil (Ajzen, 1985).

Penelitian Chen dan Chow (2009) memperlihatkan bahwa kendali perilaku yang dipersepsi memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap perilaku *green computing*. Jika dikaitkan dengan perilaku *affordable loss*, maka wirausaha memandang dirinya dapat melakukan tindakan tersebut didasarkan pada kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki untuk melakukan perilaku tersebut.

#### **E. Keterkaitan Antara Intensi Perilaku dengan Perilaku *Affordable Loss***

Menurut Ajzen dan Fishbein (1980) untuk memprediksi perilaku dari intensi, adalah esensial untuk menjamin bahwa pengukuran intensi berkorespondensi dengan pengukuran perilaku termasuk dalam hal ini adalah perilaku *affordable loss*. Seperti

perilaku, intensi dapat meliputi aksi, target, konteks dan elemen waktu. Intensi dan perilaku berkoresponden sejauh elemen-elemen tersebut identik.

Dengan asumsi bahwa ukuran yang tepat diperoleh, komponen sikap dan normatif harus selalu memprediksi intensi; kemampuan mereka untuk memprediksi perilaku akan bergantung pada kekuatan hubungan intensi-perilaku. Efek sikap dan norma subyektif dengan demikian dimediasi oleh intensi berperilaku (Ajzen & Fishbein, 1980). Sebagai aturan umum, semakin kuat intensi untuk melibatkan perilaku, semakin mungkin untuk dapat menunjukkan kinerjanya (Ajzen, 1991).

Selanjutnya Ajzen dan Fishbein (1980) menyatakan bahwa penting untuk menjamin derajat tinggi korespondensi antara intensi dan perilaku, apakah aksi tunggal atau sebuah kategori perilaku. Kekurangan korespondensi dari empat elemen (aksi, target, konteks dan waktu) dapat mengurangi akurasi dari prediksi.

Sejumlah penelitian memperlihatkan penggunaan intensi untuk memprediksi perilaku seperti mengurangi berat badan, perencanaan keluarga, pemilihan umum dan perilaku peminum pecandu alkohol (Ajzen dan Fishbein, 1980).

#### **F. Keterkaitan Antara Intensi Perilaku dengan Perilaku *Affordable Loss* yang Dimoderasi oleh Persepsi Ketidakpastian dan Pembelajaran dari Pengalaman Krisis**

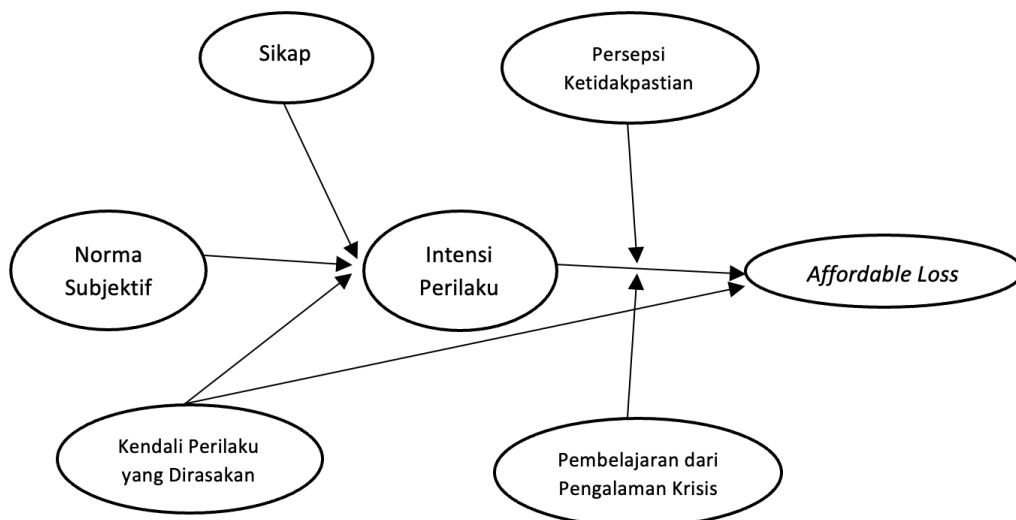
Menurut Ajzen dan Fishbein (1980) hubungan yang diperoleh antara intensi dan perilaku tidak selalu sempurna karena berbagai peristiwa dapat mengintervensi antara pengukuran niat dan pengamatan perilaku. Dengan asumsi bahwa langkah-langkah yang tepat diperoleh, komponen sikap dan normatif harus selalu memprediksi intensi; kemampuan mereka untuk memprediksi perilaku akan bergantung pada kekuatan hubungan intensi-perilaku.

Penelitian yang dilakukan oleh Haneberg (2021) memperlihatkan persepsi ketidakpastian mengarah pada perilaku *affordable loss* sementara pembelajaran pada masa krisis mengarah pada perilaku eksperimen. Sementara menurut Ajzen dan Fishbein (1980) perilaku terjadi melalui intensi dan berbagai peristiwa dapat

memengaruhi hubungan antara intensi dengan perilaku, sehingga persepsi ketidakpastian dan pembelajaran dari pengalaman krisis dapat memengaruhi hubungan intensi dengan perilaku, yang dalam hal ini adalah *affordable loss*.

Sementara itu menurut Zhang dan Cueto (2017), kewirausahaan diwakili oleh ketidakpastian yang mengakibatkan wirausaha menunda-nunda ketika mengambil tindakan terencana. Hal ini terjadi karena mereka tidak dapat memperoleh informasi yang dapat dipercaya untuk menentukan tindakan yang harus dilakukan selanjutnya. Selain itu efek niat implementasi pada tindakan selanjutnya dapat bervariasi, baik melalui efek moderasi (Adam dan Fayolle, 2015) atau efek mediasi (Gueguen dan Fayolle, 2019). Selanjutnya He dan Li (2023) dalam penelitiannya mengenai keterkaitan intensi berwirausaha, *affordable loss* dan aksi lanjutan atas implementasi intensi, menempatkan ketidakpastian sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *affordable loss* dan aksi lanjutan atas implementasi intensi. Variabel ketidakpastian diharapkan memberikan moderasi positif artinya memperkuat hubungan antara *affordable loss* dengan aksi lanjutan atas implementasi intensi.

Kerangka konseptual penelitian disajikan pada gambar 2.2 berikut ini:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian

### 2.2.2. Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual penelitian maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Sikap memengaruhi perilaku *affordable loss* secara positif dan signifikan melalui intensi perilaku pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.

H2: Norma subjektif memengaruhi perilaku *affordable loss* secara positif dan signifikan melalui intensi perilaku pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.

H3: Kendali perilaku yang dipersepsi memengaruhi perilaku *affordable loss* secara positif dan signifikan melalui intensi perilaku pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.

H4: Kendali perilaku yang dipersepsi memengaruhi perilaku *affordable loss* secara positif dan signifikan pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.

H5: Persepsi ketidakpastian memengaruhi hubungan yang positif antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* secara signifikan pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek. Maka, ketika persepsi ketidakpastian tinggi maka hubungan positif yang terjadi semakin kuat.

H6: Pembelajaran dari pengalaman krisis memengaruhi hubungan yang positif antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* secara signifikan pada usaha kecil terwaralaba di Jabodetabek. Maka, ketika pembelajaran dari pengalaman krisis tinggi maka hubungan positif yang terjadi semakin kuat.

H7: Terdapat perbedaan sikap dari terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.

H8: Terdapat perbedaan norma subjektif dari terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.

H9: Terdapat perbedaan kendali perilaku yang dipersepsi dari terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.

H10: Terdapat perbedaan intensi perilaku dari terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.

H11: Terdapat perbedaan perilaku *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian ini menggunakan desain penelitian konklusif, yang dalam hal ini adalah penelitian kausal. Penelitian kausal bertujuan untuk memahami variabel independen (sebagai sebab) dan variabel dependen (sebagai akibat/efek) sebagai sebuah fenomena, serta untuk menentukan kondisi dari hubungan antara variabel independen dan akibatnya yang dapat diprediksi (Malhotra, 2020).

Penelitian kuantitatif ini menggunakan pendekatan survei dan wawancara. Survei merupakan sistem pengumpulan informasi dari dan mengenai orang-orang untuk mendeskripsikan, membandingkan atau menjelaskan pengetahuan, sikap dan perilaku (Fink, 2003 dalam Bougie & Sekaran, 2020:105). Survei dilakukan terhadap pemilik usaha kecil yang menjalankan bisnis waralaba sebagai terwaralaba (*franchisee*) dengan membagikan kuesioner secara *online* menggunakan *google form* dan juga disebarlang langsung (*onsite*) kepada pemilik usaha di lokasi usaha serta pameran waralaba. Penyebaran kuesioner secara *online* dilakukan melalui grup-grup komunitas terwaralaba yang merupakan usaha kecil yang menjalankan bisnis waralaba.

Sementara untuk wawancara dilakukan bersamaan dengan survei, yaitu dengan memilih responden yang mewakili terwaralaba usaha kecil. Wawancara dilakukan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai perilaku atau tindakan yang dilakukan terwaralaba usaha kecil ketika menghadapi situasi krisis.

#### **3.2. Situs dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan pada bulan April hingga Juli 2023 melalui penyebaran kuesioner secara daring di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek) dan wawancara pada responden yang mencakup para pemilik usaha kecil yang menjalankan bisnis waralaba sebagai terwaralaba usaha kecil satu merek tertentu.

### 3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha kecil yang menjalankan usaha waralaba sebagai terwaralaba di Jabodetabek. Sementara sampel dipilih berdasarkan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive* pada terwaralaba usaha kecil yang menjalankan usaha di Jabodetabek. Teknik ini dipilih karena sampel yang dipilih merupakan kelompok yang spesifik yaitu pelaku usaha kecil yang membuka usaha dengan menjadi terwaralaba. Tipe *purposive sampling* yang digunakan adalah *judgement sampling* yaitu peneliti menggunakan *judgement* atau keahliannya untuk memilih elemen yang dimasukkan ke dalam sampel karena memercayai bahwa mereka adalah representasi dari populasi (Malhotra, 2020). *Judgement sampling* bersifat rendah biaya, nyaman, dan cepat walau tidak dapat menggeneralisasi populasi secara langsung karena populasi tidak didefinisikan secara eksplisit (Malhotra, 2020).

Sampel merupakan pemilik usaha kecil yang telah menjalankan usaha waralaba sebagai terwaralaba kurang dari satu tahun hingga lebih dari 10 tahun dan bergerak dalam bidang kuliner, *laundry*, pendidikan, pangkas rambut, salon, dan lain-lain. Menurut BPS (bps.go.id) usaha kecil adalah usaha yang jumlah tenaganya 5-19 orang, sementara usaha menengah memiliki jumlah tenaga kerja 20-99 orang.

Ukuran sampel ditentukan sebesar 200 sesuai dengan Roscoe (1975, dalam Bougie dan Sekaran, 2020:249) yang mengemukakan bahwa ukuran sampel lebih besar daripada 30 dan lebih kecil dari 500 adalah sesuai untuk kebanyakan penelitian. Selain itu dalam riset multivariat, ukuran sampel seharusnya lebih disukai 10 kali atau lebih dari jumlah variabel dalam penelitian. Sementara menurut Bougie dan Sekaran (2020) bahwa secara sederhana dalam analisis *structural equation model* atau SEM membutuhkan sampel paling sedikit 5 (lima) kali jumlah variabel indikator pertanyaan yang digunakan. Sementara Barclay, Higgins dan Thompson (1995, dalam Hair, Hult, Ringle, Sarstedt, 2022) menyarankan ukuran sampel harus sama dengan 10 kali jumlah variabel independen dalam regresi paling kompleks dalam model jalur PLS (yaitu, mempertimbangkan model pengukuran dan model struktural). Aturan praktis ini setara



dengan mengatakan bahwa ukuran sampel minimum harus 10 kali jumlah maksimum anak panah yang menunjuk pada variabel laten di mana pun dalam model jalur PLS.

Pada penelitian ini terdapat 7 (tujuh) variabel dengan 24 indikator sehingga dengan ukuran sampel sebesar 200 telah memenuhi syarat.

### 3.4. Jenis dan sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari terwaralaba yang menjalankan usaha kecil di Jabodetabek.

### 3.5. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang terkait dengan variabel yang diteliti dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dilakukan responden secara *self-administered*, yaitu survei yang dilakukan di mana responden bertanggung jawab untuk membaca dan menjawab pertanyaan di dalam kuesioner (Zikmund, Babin, Carr, Griffin, 2013:217). Kuesioner dalam format *google form* disebar melalui grup-grup komunitas terwaralaba dalam jejaring *Whatsapp*, disebar langsung kepada pemilik usaha di lokasi usaha dan pengunjung pameran waralaba yang merupakan terwaralaba dalam kategori usaha kecil. Pada tabel 3.1 disajikan sebaran responden terwaralaba di Jabodetabek.

**Tabel 3.1 Sebaran Responden Terwaralaba**

No	Lokasi	Jumlah	Persentase
1.	Jakarta	129	64,5%
2.	Bogor	20	10%
3.	Depok	20	10%
4.	Tangerang	20	10%
5.	Bekasi	11	5,5%

Sumber: data diolah (2023)

### **3.6. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### **A. Sikap**

Sikap, yang merupakan prediktor pertama dari *Theory of Planned Behavior*, mengacu pada keyakinan individu tentang konsekuensi perilaku, dengan evaluasi pentingnya konsekuensi tersebut (Ajzen, 1991). Jika seseorang yakin bahwa suatu perilaku tertentu akan menghasilkan hasil yang positif, maka dia akan mempunyai sikap yang mendukung terhadap perilaku tersebut, atau sebaliknya.

Menurut Ajzen (1991) sikap terhadap perilaku mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki evaluasi atau penilaian yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilaku yang bersangkutan. Selanjutnya menurut Ajzen dan Fishbein (1980) sikap merujuk secara khusus pada kinerja perilaku seseorang itu sendiri daripada kinerjanya secara umum.

Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini sikap merupakan pandangan seseorang terhadap suatu perilaku yang merupakan evaluasi atas konsekuensi atas perilaku *affordable loss*, jika hal tersebut dilakukan, yang menurut Chow dan Chen (2009) meliputi penilaian bahwa perilaku tersebut baik dan menguntungkan bagi dirinya

#### **B. Norma Subjektif**

Menurut Ajzen dan Fishbein (1980) norma subyektif mengacu pada resep perilaku tertentu dikaitkan dengan agen sosial umum. Hal ini menyangkut faktor sosial yang mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Hal ini juga merupakan tanggapan atas kelompok referensi yang penting seperti anggota keluarga dan teman dekat, terhadap perilaku tertentu dan apakah seorang individu akan mempertimbangkan tanggapan tersebut ketika memutuskan untuk melakukan tindakan tersebut (Ajzen, 1991).

Namun, beberapa ahli berpendapat bahwa norma subjektif merupakan komponen terlemah dalam model TPB ketika memprediksi niat berperilaku. Bahkan ada yang menyatakan bahwa faktor ini tidak berpengaruh langsung terhadap niat setelah sikap dan

PBC dipertimbangkan (Botetzagias *et al.*, 2015; Armitage dan Conner, 2001; Bagozzi *et al.*, 2000).

Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini norma subjektif merupakan tekanan sosial yang memberikan pengaruh terhadap seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku tertentu yang dalam hal ini adalah perilaku *affordable loss*. Tekanan sosial tersebut berasal dari keluarga atau teman terdekat yang berada di dalam lingkungan seseorang. Karimi *et al.* (2013) menyebutkan keluarga dan teman dekat merupakan bagian dari norma subjektif yang mendukung dan memberikan persetujuan untuk melakukan tindakan tersebut.

### **C. Kendali Perilaku yang Dipersepsi**

Menurut Ajzen (1991) kendali perilaku yang dipersepsi mengacu pada persepsi orang tentang kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku yang diinginkan. Berdasarkan analisis faktor yang dilakukan oleh Ajzen (2002), kendali perilaku yang dipersepsi seharusnya mengandung dua komponen yang berbeda. Salah satunya adalah efikasi diri, yang berarti rasa percaya diri dan tingkat kemudahan seseorang dalam melakukan perilaku tertentu. Yang lainnya adalah kemampuan untuk dikendalikan (*controllability*), yang menunjukkan persepsi individu mengenai apakah suatu perilaku benar-benar terkendali atau tidak.

Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini, kendali perilaku yang dipersepsi merupakan penilaian seseorang pada dirinya bahwa ia memiliki kendali sepenuhnya atas perilaku yang akan dilakukan yaitu *affordable loss*. Selain itu juga seseorang merasa memiliki efikasi diri yang menyangkut kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan yang diperlukan untuk melakukan perilaku tertentu.

### **D. Intensi Perilaku**

Intensi didefinisikan sebagai faktor penentu perilaku dan ketika ukuran intensi yang tepat diperoleh, hal itu akan memberikan prediksi perilaku yang paling akurat (Ajzen & Fishbein, 1980). Intensi perilaku juga berkaitan dengan perilaku dan

komitmen dari individu yang termotivasi atau digerakkan untuk memulai usaha baru (Gerba, 2012). Intensi juga adalah konsekuensi penting dari perilaku yang direncanakan (Ajzen 1991).

Selanjutnya Ajzen dan Fishbein (1980) mengemukakan bahwa dalam pengukuran intensi, ditekankan bahwa intensi dapat berubah seiring berjalannya waktu dan ukuran intensi yang diambil beberapa waktu sebelum pengamatan suatu perilaku mungkin berbeda dari intensi pada saat perilaku tersebut diamati. Intensi perilaku pada tingkat individu lebih mudah berubah daripada intensi secara agregat. Dengan kata lain bahwa intensi perilaku secara agregat relatif lebih stabil.

Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini intensi merupakan niat seseorang untuk melakukan tindakan *affordable loss*, bahwa seseorang benar-benar berniat, meyakini, dan serius untuk melakukan tindakan *affordable loss*.

### **E. Persepsi Ketidakpastian**

Thorgren dan Williams (2020) menyebutkan bahwa beberapa krisis seperti pandemi Covid-19 sangat jarang dan tidak diprediksi dan karenanya disebut sebagai “black swans”. Ketidakpastian dapat dibagi menjadi tiga jenis: ketidakpastian negara (bagaimana lingkungan masa depan akan terjadi), ketidakpastian efek (bagaimana lingkungan masa depan akan memengaruhi organisasi) dan ketidakpastian respons (konsekuensi dari pilihan respons yang berbeda).

Kompleksitas dan dinamisme lingkungan merupakan karakteristik penting yang mewakili ketidakpastian lingkungan, dengan kompleksitas yang menunjukkan jumlah faktor yang berkaitan dengan lingkungan eksternal yang memengaruhi kegiatan pengelolaan dan dinamisme mengacu pada laju perubahan dan luasnya faktor-faktor tersebut (Duncan, 1972). Semakin tinggi kompleksitas yaitu semakin heterogen suatu elemen, semakin tinggi pula ketidakpastian lingkungannya, semakin tinggi perubahan unsur-unsurnya, dan semakin sulit untuk memprediksi lingkungan secara akurat (He & Li, 2023).

Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini persepsi ketidakpastian merupakan penilaian terwaralaba terhadap situasi pada masa pemulihan ekonomi setelah dilanda pandemi lebih dari dua tahun yang berdampak pada bisnis waralaba yang dijalankan. Frese *et al.* (2020) mengemukakan tiga indikator untuk mengukur variabel ini yaitu ketidakjelasan perubahan lingkungan yang harus diwaspadai oleh pebisnis, kesulitan mengetahui lingkungan bisnis yang akan berkembang di masa depan, dan kesulitan mengevaluasi peluang bisnis yang bisa berkembang di masa depan.

#### **F. Pembelajaran dari Pengalaman Krisis**

Pembelajaran didefinisikan berdasarkan atas dua perspektif yaitu proses untuk memperoleh pengetahuan (Kolb, 1984) dan kemampuan untuk mengembangkan pengetahuan (Yamakawa & Cardon, 2015)

Pembelajaran dari pengalaman krisis terkait dengan pembelajaran dari kejadian kritis (Cope, 2003) dan pembelajaran dari kegagalan bisnis (Cope, 2011). Keduanya terkait dengan teori pembelajaran pengalaman (*experiential learning*), yang menganggap bagaimana individu belajar melalui proses iteratif dari pengalaman konkret, observasi reflektif, konseptualisasi abstrak dan eksperimen aktif (Kolb, 1984). Pembelajaran dari pengalaman dipandang sebagai transformasi pengalaman menjadi pengetahuan, di mana struktur pengetahuan dibentuk melalui interaksi yang terus-menerus antara pengetahuan sebelumnya dan pengalaman baru (Kolb, 1994).

Selanjutnya, manajer belajar melalui terus menciptakan makna dari pengalaman (Politis, 2008; Schwandt, 2005) dan menerapkan pembelajaran mereka dalam situasi yang relevan kemudian (Cope, 2003). Ketika keputusan tidak dapat dibuat hanya berdasarkan informasi yang tersedia secara eksternal, manajer mengandalkan refleksi atas pengalaman mereka sebelumnya (Chaston *et al.*, 1999); oleh karena itu, terdapat fokus yang kuat pada pembelajaran dalam literatur manajemen bisnis (Higgins dan Aspinall, 2011).

Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini, pembelajaran dari pengalaman krisis merupakan penilaian terwaralaba mengenai hal-hal yang dapat dipelajari dalam pengalaman krisis selama pandemi lalu. Menurut Liu *et al.* (2019) dan Funken *et al.* (2020) variabel ini diukur melalui lima indikator yaitu wirausaha telah merenungkan bagaimana menghadapi pembatasan usaha, kewaspadaan yang lebih tinggi dibandingkan pada masa sebelum pandemi, lebih mampu mengevaluasi tujuan usaha, memperluas perilaku, dan dapat menangani tantangan dengan lebih baik.

### **G. Affordable Loss**

Menurut Dew *et. al* (2009) *affordable loss* adalah “*what entrepreneurs can afford and what they are willing to lose in entrepreneurial investments.*” Pernyataan ini merujuk pada apa yang wirausaha mampu dan mau untuk kehilangan dari investasi kewirausahaan.

Sementara menurut Martina (2019) menyarankan *affordable loss* sebagai “*an interaction between abilities and willingness where loss aversion acts as the mechanism that triggers the transition from abilities to willingness.*” Hal ini dapat diartikan sebagai sebuah interaksi antara kemampuan dan kemauan di mana tindakan menghindari kerugian sebagai mekanisme yang memicu transisi dari kemampuan ke kemauan.

Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini *affordable loss* diukur berdasarkan indikator yang dikembangkan oleh Chandler *et al.* (2011) yaitu kehati-hatian wirausaha menggunakan lebih banyak sumber daya daripada yang dapat ditanggung kerugiannya, wirausaha tidak mempertaruhkan lebih banyak uang daripada yang direlakan hilang dari usaha yang dijalankan, dan wirausaha berhati-hati untuk tidak mempertaruhkan lebih banyak uang sehingga usaha akan berada dalam kesulitan keuangan jika segalanya tidak berjalan sesuai harapan.

Pengukuran variabel yaitu sikap, norma subjektif, kendali perilaku yang dipersepsi, intensi perilaku, persepsi ketidakpastian, pembelajaran dari pengalaman

krisis, dan *affordable loss*, menggunakan skala Likert dengan ketentuan sebagai berikut:

1= sangat tidak setuju

2= tidak setuju

3= netral

4= setuju

5= sangat setuju

Pada tabel 3.2. berikut ini disajikan variabel, definisi konsep dan indikator yang digunakan di dalam penelitian ini:

**Tabel 3.2 Variabel, Definisi Variabel dan Indikator**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
Sikap	Sejauh mana individu memiliki sikap yang menguntungkan atau tidak menguntungkan tentang hasil dari perilaku.	1. Melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung adalah baik. 2. Melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung adalah menguntungkan.	Ajzen (1991).
Norma Subjektif	Tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan.	1. Keluarga terdekat menyetujui untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung. 2. Teman terdekat menyetujui untuk melakukan tindakan	Ajzen (1991).

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
		berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung.	
Kendali Perilaku yang Dipersepsi	Perasaan yang dirasakan individu mengenai kemampuan untuk melakukan perilaku tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki kendali penuh atas usaha untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung.</li> <li>2. Memiliki kemampuan untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung.</li> <li>3. Memiliki kepercayaan diri untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung.</li> <li>4. Memiliki pengetahuan untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung.</li> <li>5. Memiliki keterampilan untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung.</li> </ol>	Ajzen (1991).



Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
Intensi	Indikasi seberapa keras orang mau mencoba dan seberapa banyak upaya yang direncanakan untuk dilakukan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wirausaha akan melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung.</li> <li>2. Wirausaha siap melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha dijalankan.</li> <li>3. Wirausaha akan melaksanakan berbagai usaha sehingga dapat melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha dijalankan.</li> <li>4. Wirausaha serius untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang dijalankan.</li> </ol>	Ajzen (1991).
Persepsi Ketidakpastian	Ketidakpastian terhadap lingkungan bisnis yang diakibatkan oleh pandemi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak jelas perubahan lingkungan mana yang harus diwaspadai secara khusus oleh bisnis.</li> </ol>	Frese <i>et al.</i> (2020).

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
		<p>2. Pandemi membuat sangat sulit untuk mengetahui bagaimana lingkungan bisnis akan berkembang di masa depan.</p> <p>3. Sangat sulit untuk mengevaluasi bagaimana peluang bisnis akan berkembang.</p>	
Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	Pembelajaran mengenai bagaimana mengelola bisnis berdasarkan pengalaman di masa pandemi.	<p>1. Wirausaha telah merenungkan bagaimana bisa menghadapi PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) di waktu lalu untuk usaha yang dijalankan dengan cara yang lebih baik.</p> <p>2. Wirausaha sekarang lebih waspada terhadap perkembangan bisnis daripada masa sebelum pandemi.</p> <p>3. Berdasarkan pengalaman PPKM lalu, wirausaha telah menjadi lebih mampu mengevaluasi</p>	Liu <i>et al.</i> (2019) & Funken, <i>et al.</i> (2020).

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
		<p>tujuan usaha sehubungan dengan situasi saat ini.</p> <p>4. Wirausaha telah memperluas perilaku berdasarkan pengalaman dari masa PPKM.</p> <p>5. Berdasarkan pengalaman PPKM lalu, wirausaha telah belajar bagaimana dapat menangani tantangan dalam usaha dengan lebih baik.</p>	
<i>Affordable loss</i>	Melakukan alternatif tindakan di mana potensi kerugian dalam skenario terburuk masih terjangkau.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wirausaha berhati-hati untuk tidak menggunakan lebih banyak sumber daya daripada yang dapat ditanggung untuk kerugian.</li> <li>2. Wirausaha berhati-hati untuk tidak mempertaruhkan lebih banyak uang daripada yang direlakan hilang dari usaha ini.</li> <li>3. Wirausaha berhati-hati untuk tidak</li> </ol>	Sarasvathy (2001); Chandler, DeTienne, McKelvie, Troy, Mumford, (2011).

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
		mempertaruhkan lebih banyak uang sehingga usaha akan berada dalam kesulitan keuangan jika segalanya tidak berjalan sesuai harapan.	

### 3.7. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan di dalam penelitian ini adalah kuesioner yang menggunakan skala Likert dari 1 hingga 5, yang menyatakan dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Seperti dikemukakan Bougie dan Sekaran (2020:205) secara umum skala Likert diperlakukan sebagai skala interval. Kuesioner yang dirancang meliputi enam pertanyaan yang terkait dengan karakteristik responden yaitu: kondisi usaha saat masa pandemi, usia, jenis kelamin, bidang usaha, lama menjalankan usaha dan lokasi usaha. Selain dengan menggunakan kuesioner, juga dilakukan wawancara dengan terwaralaba usaha kecil untuk menggali lebih dalam mengenai perilaku *affordable loss* yang mereka lakukan ketika menghadapi kondisi pasar yang kurang kondusif.

### 3.8. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis *partial least square-structural equation modelling* (PLS-SEM) dan uji beda rata-rata (*compare means*).

Teknik SEM digunakan untuk menganalisis suatu model yang berbentuk struktur banyak dependen (Jogiyanto, 2011). SEM memiliki kemampuan mengukur variabel laten yang tidak secara langsung diukur tetapi melalui estimasi indikator atau parameter. Hal tersebut memungkinkan dilakukan pengujian secara eksplisit tingkat

konsistensi alat ukur dan konsistensi internal (reliabilitas) suatu model penelitian yang secara teoritis hubungan struktural antarvariabel laten dapat diestimasi secara akurat.

SEM dapat berbasis varian atau kovarian. PLS adalah analisis persamaan struktural berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. SEM berbasis varian bertujuan untuk memprediksi model untuk pengembangan teori (Jogiyanto, 2011).

PLS sebagai model prediksi tidak mengasumsikan distribusi tertentu untuk mengestimasi parameter dan memprediksi hubungan kausalitas. Dengan demikian teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter tidak diperlukan dan model evaluasi untuk prediksi bersifat nonparametrik. Evaluasi model PLS dilakukan dengan mengevaluasi *outer model* dan *inner model*.

*Outer model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Melalui proses iterasi algoritma, parameter model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*) diperoleh termasuk nilai  $R^2$  sebagai variabel ketepatan model prediksi. Pengukuran model ini bersifat reflektif untuk menunjukkan bagaimana variabel *manifest* atau *observed variable* merepresentasikan konstruk laten untuk diukur yaitu dengan menguji validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator pembentuk konstruk laten melalui analisis konfirmatori (Ghozali, 2014).

Validitas konstruk terdiri atas validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi (Jogiyanto, 2011). Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antara skor *item*/skor komponen dengan skor konstruk) indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut.

Hair *et al.* (2006) mengemukakan bahwa *rule of thumb* untuk *loading*  $> 0,50$  dianggap signifikan secara praktikal. Dengan demikian, semakin tinggi nilai *loading factor*, semakin penting peranan *loading* dalam menginterpretasikan matrik faktor.

Sementara menurut Chin (1995) *rule of thumb* validitas konvergen adalah *outer loading* > 0,70, *communality* > 0,50 dan *average variance extracted* (AVE) > 0,50.

Untuk mengukur kecocokan model (*Goodness of Fit/GoF*) yaitu mengevaluasi sejauh mana model SEM cocok dengan data empiris yang diamati. Kriterianya adalah jika nilai GoF 0-0,25 yang berarti kecil, 0,25-0,36 berarti moderat, dan di atas 0,36 berarti besar (Tenenhaus, 2005).

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi (Jogiyanto, 2011). Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstraknya. Chin (1995) mengemukakan bahwa nilai *cross loading* lebih dari 0,7 dalam satu variabel telah memenuhi validitas diskriminan.

Sementara uji reliabilitas untuk menunjukkan konsistensi internal alat ukur. Uji reliabilitas dalam PLS menggunakan dua metode yaitu Cronbach's alpha dan *composite reliability*. *Rule of thumb* nilai alpha dan *composite reliability* harus lebih besar daripada 0,7 meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima (Hair *et al.*, 2008).

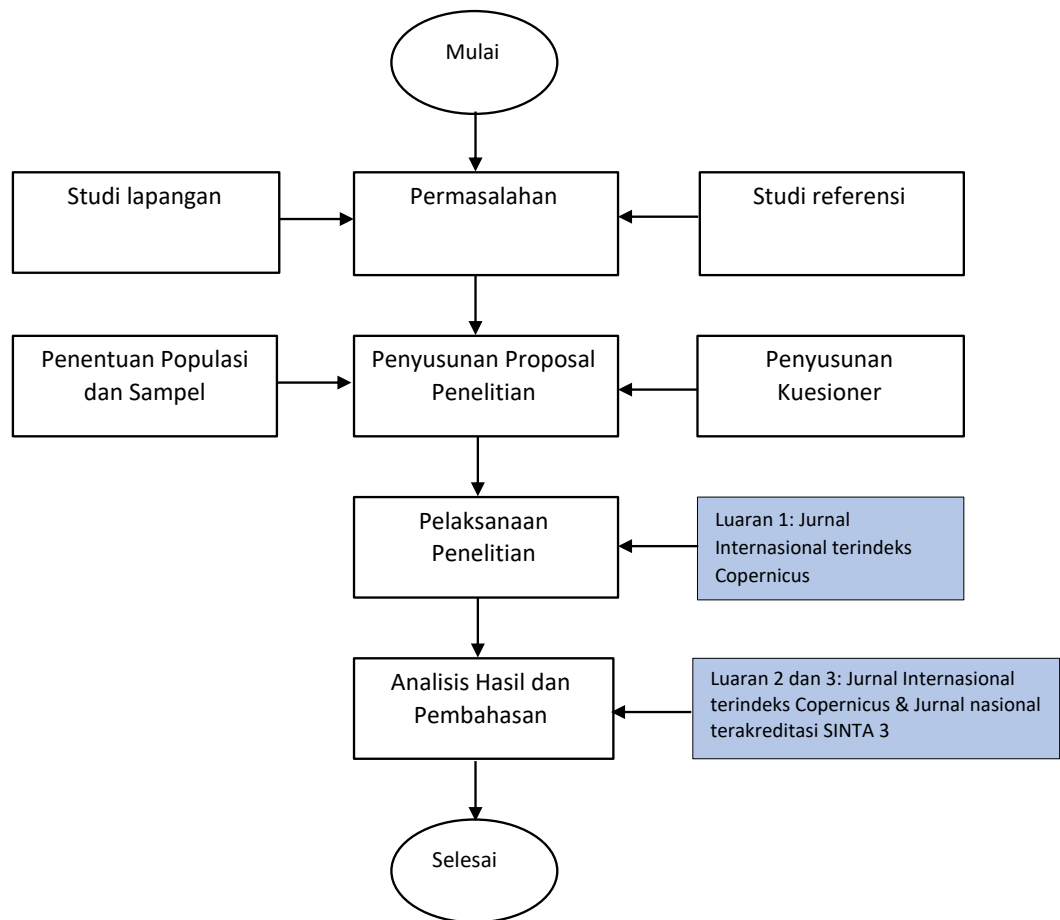
*Inner model* merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antarvariabel laten. Melalui proses *bootstrapping*, parameter uji *t-statistic* diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas. Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis (Jogiyanto, 2011). Selanjutnya skor koefisien *path* atau *inner model* yang ditunjukkan oleh nilai *t-statistic* harus di atas 1,96 untuk pengujian dua arah pada  $\alpha = 5\%$ .

Uji beda rata-rata (*compare means*) digunakan untuk membandingkan nilai rata-rata dari tiap indikator dari variabel sikap, norma subjektif, kendali perilaku yang dipersepsi, intensi perilaku dan *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil berdasarkan lokasi usaha, yaitu Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Pada tahap pertama dilakukan pengujian menggunakan *one way ANOVA*, dan analisis *post hoc* setelah pengujian rata-rata dilakukan. Jika nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 maka terdapat perbedaan nilai rata-rata dari indikator yang dibandingkan. Jika

nilai signifikansi lebih besar daripada 0,05 maka tidak terdapat perbedaan signifikan dari nilai rata-rata yang dibandingkan.

### 3.9. Diagram Alir Penelitian

Berikut ini merupakan diagram alir penelitian seperti disajikan pada gambar 3.1 berikut ini:



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 200 responden terwaralaba usaha kecil, lebih dari separuh yaitu 59% responden (118 orang) merupakan pria sedangkan sisanya yaitu 41% (82 orang) adalah wanita.

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Pria	118	59%
2.	Wanita	82	41%

Sumber: data diolah (2023)

Pada tabel 4.2 disajikan usia responden yang sebagian besar yaitu 59% (118 orang) berusia 20-30 tahun. Sementara responden yang berusia di bawah 20 tahun hanya 5% (9 orang) dan berusia di atas 60 tahun sebesar 4,5% (9 orang).

**Tabel 4.2 Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	Di bawah 20 tahun	9	4,5%
2.	20-30 tahun	118	59%
3.	31-40 tahun	37	18,5%
4.	41-50 tahun	17	8,5%
5.	51-60 tahun	10	5%
6.	Di atas 60 tahun	9	4,5%

Sumber: data diolah (2023)



Berdasarkan pendidikan responden, sebagian besar yaitu 53,5% (107 orang) berpendidikan SMA atau yang sederajat, 26,5% (53 orang) berpendidikan sarjana dan 19,5% (39 orang) berpendidikan SMP atau yang sederajat seperti disajikan pada tabel 4.3.

**Tabel 4.3. Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	SMP atau yang sederajat	39	19,5%
2.	SMA atau yang sederajat	107	53,5%
3.	Sarjana atau yang sederajat	53	26,5%

Sumber: data diolah (2023)

Karakteristik berdasarkan lama responden menjalankan usaha waralaba sebagai terwaralaba disajikan pada tabel 4.4. Sebagian besar responden yaitu 58,5% (117 orang) telah menjalankan usaha 1-5 tahun. Sementara hanya 7,5% (15 orang) yang telah menjalankan usaha 6-10 tahun.

**Tabel 4.4. Lama Usaha**

No	Lama Usaha	Jumlah	Persentase
1.	Kurang dari 1 tahun	38	19%
2.	1-5 tahun	117	58,5%
3.	6-10 tahun	15	7,5%
4.	Lebih dari 10 tahun	30	15%

Sumber: data diolah (2023)

Untuk bidang usaha waralaba yang dijalankan seperti disajikan pada tabel 4.5, sebagian besar responden yaitu 45% (90 orang) bergerak di bidang kuliner. Bidang yang lain adalah *laundry* 2% (4 orang), pendidikan 1% (2 orang), pangkas rambut 4

orang (2%), salon 2 orang (1%) dan di luar bidang tersebut yang berjumlah 98 orang (49%).

**Tabel 4.5. Bidang Usaha**

No	Bidang Usaha	Jumlah	Persentase
1.	Kuliner	90	45%
2.	<i>Laundry</i>	4	2%
3.	Pendidikan	2	1%
4.	Pangkas rambut	4	2%
5.	Salon	2	1%
6.	Lain-lain	98	49%

Sumber: data diolah (2023)

Pada tabel 4.6 disajikan karakteristik berdasarkan lokasi usaha responden yang meliputi usaha di Jakarta sebesar 64,5% (129 orang), Bogor 10% (20 orang), Depok 10% (20 orang), Tangerang 10% (20 orang) dan Bekasi 5,5% (11 orang).

**Tabel 4.6. Lokasi Usaha**

No	Lokasi	Jumlah	Persentase
1.	Jakarta	129	64,5%
2.	Bogor	20	10%
3.	Depok	20	10%
4.	Tangerang	20	10%
5.	Bekasi	11	5,5%

Sumber: data diolah (2023)

Pada tabel 4.7 disajikan kondisi usaha responden ketika pandemi yaitu tahun 2020-2022. Lebih dari separuh yaitu 62% (124 orang) tetap menjalankan usaha seperti

biasa, sementara 38% (76 orang) sempat tutup tetapi kemudian kembali beroperasi seperti biasa.

**Tabel 4.7. Kondisi Usaha Ketika Pandemi**

No	Kondisi	Jumlah	Persentase
1.	Terus beroperasi seperti biasa	124	62%
2.	Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa	76	38%

Sumber: data diolah (2023)

## 4.2. Deskripsi Variabel Penelitian

Bagian ini menganalisis tabulasi jawaban responden secara deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai sebaran jawaban dari responden terhadap variabel-variabel penelitian khususnya pada indikator-indikator penelitian. Variabel-variabel tersebut yaitu sikap, norma subjektif, kendali perilaku yang dipersepsi, intensi perilaku, persepsi ketidakpastian, pembelajaran dari pengalaman masa krisis dan perilaku *affordable loss*.

### 4.2.1. Deskripsi Variabel Sikap

Sikap merupakan sejauh mana seseorang memiliki evaluasi atau penilaian yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilaku yang bersangkutan. Perilaku yang dimaksud di dalam penelitian ini adalah *affordable loss*. Terdapat dua indikator dalam variabel ini yang berupaya mengungkapkan sikap responden terhadap perilaku *affordable loss*. Hasil analisis statistik deskriptif variabel sikap dengan menggunakan skor rata-rata disajikan pada tabel 4.8 berikut:

**Tabel 4.8.**  
**Deskripsi Skor Rata-Rata Variabel Sikap**

Indikator	Perhitungan	Persepsi Responden					Rata-Rata
		1	2	3	4	5	
S1	Frekuensi	0	0	43	107	50	4,04
	Persentase	0	0	21,5	53,5	25	
S2	Frekuensi	0	0	19	105	76	4,29
	Persentase	0	0	9,5	52,5	38	

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.8 rata-rata jawaban responden atas indikator s1 yaitu “Menurut saya, melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha saya adalah tindakan yang baik” sebesar 4,04, yang berarti setuju atas pernyataan tersebut.

Sementara indikator s2 yaitu pernyataan “Menurut saya, melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha saya adalah tindakan yang menguntungkan” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,29 yang berarti setuju atas pernyataan tersebut.

Secara keseluruhan responden menyatakan setuju atas indikator pada variabel sikap.

#### **4.2.2 Deskripsi Variabel Norma Subjektif**

Norma subjektif adalah tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Tindakan yang dimaksud di dalam penelitian ini adalah perilaku *affordable loss*. Tekanan sosial dapat berasal dari keluarga dan teman terdekat. Terdapat dua indikator yang berupaya mengungkapkan pandangan responden terhadap norma subjektif. Hasil analisis statistik deskriptif variabel norma subjektif dengan menggunakan skor rata-rata disajikan pada tabel 4.9 berikut

**Tabel 4.9.**  
**Deskripsi Skor Rata-Rata Variabel Norma Subjektif**

Indikator	Perhitungan	Persepsi Responden					Rata-Rata
		1	2	3	4	5	
NS1	Frekuensi	0	0	48	88	64	4,08
	Persentase	0	0	24	44	32	
NS2	Frekuensi	0	1	56	85	58	4
	Persentase	0	0,5	28	42,5	29	

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.9 rata-rata jawaban responden atas indikator ns1 yaitu “Keluarga terdekat saya menyetujui saya untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan” sebesar 4,08, yang berarti setuju atas pernyataan tersebut.

Sementara indikator ns2 yaitu “Teman terdekat saya menyetujui saya untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4 yang berarti setuju atas pernyataan tersebut.

Secara keseluruhan responden menyatakan setuju atas indikator pada variabel norma subjektif.

#### **4.2.3 Deskripsi Variabel Kendali Perilaku yang Dipersepsi**

Variabel kendali perilaku yang dipersepsi menggambarkan perasaan yang dirasakan individu mengenai kemampuan untuk melakukan perilaku tertentu. Terdapat lima indikator yang berupaya mengungkapkan pandangan responden terhadap kendali perilaku yang dipersepsi. Hasil analisis statistik deskriptif variabel kendali perilaku yang dipersepsi dengan menggunakan skor rata-rata disajikan pada tabel 4.10 berikut:

**Tabel 4.10****Deskripsi Skor Rata-Rata Variabel Kendali Perilaku yang Dipersepsi**

Indikator	Perhitungan	Persepsi Responden					Rata-Rata
		1	2	3	4	5	
Kpd1	Frekuensi	0	9	58	57	76	4
	Persentase	0	4,5	29	28,5	38	
Kpd2	Frekuensi	0	8	56	75	61	3,945
	Persentase	0	4	28	37,5	30,5	
Kpd3	Frekuensi	0	6	64	71	59	3,915
	Persentase	0	3	32	35,5	29,5	
Kpd4	Frekuensi	0	5	68	68	59	3,905
	Persentase	0	2,5	34	34	29,5	
Kpd5	Frekuensi	0	9	66	71	54	3,85
	Persentase	0	4,5	33	35,5	27	

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.10 rata-rata jawaban responden atas indikator kpd1 yaitu “Saya memiliki kendali penuh atas tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan” sebesar 4, yang berarti setuju atas pernyataan tersebut.

Indikator kpd2 yaitu “Saya memiliki kemampuan untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan” memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,945 yang berarti terletak antara netral dan setuju atas pernyataan tersebut, namun lebih mendekati ke setuju.

Indikator kpd3 yaitu “Saya memiliki kepercayaan diri untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan” memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,915 yang berarti terletak antara netral dan setuju atas pernyataan tersebut, namun lebih mendekati ke setuju.

Indikator kpd4 yaitu “Saya memiliki pengetahuan untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan” memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,905 yang berarti terletak antara netral dan setuju atas pernyataan tersebut, namun lebih mendekati ke setuju.

Sementara indikator kpd5 yaitu “Saya memiliki keterampilan untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan” memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,855 yang berarti terletak antara netral dan setuju atas pernyataan tersebut, namun lebih mendekati ke setuju.

Secara keseluruhan tanggapan responden lebih mendekati setuju atas indikator pada variabel kendali perilaku yang dipersepsi.

#### **4.2.4 Deskripsi Variabel Intensi Perilaku**

Intensi perilaku menggambarkan Indikasi seberapa keras orang mau mencoba dan seberapa banyak upaya yang direncanakan untuk dilakukan. Intensi yang dimaksud di dalam penelitian ini adalah niat untuk melakukan perilaku *affordable loss*.

Terdapat empat indikator yang berupaya mengungkapkan pandangan responden terhadap intensi perilaku. Hasil analisis statistik deskriptif variabel intensi perilaku dengan menggunakan skor rata-rata disajikan pada tabel 4.11 berikut ini:

**Tabel 4.11**  
**Deskripsi Skor Rata-Rata Variabel Intensi Perilaku**

Indikator	Perhitungan	Persepsi Responden					Rata-Rata
		1	2	3	4	5	
Ip1	Frekuensi	0	0	70	79	51	3,905
	Persentase	0	0	35	39,5	25,5	
Ip2	Frekuensi	0	0	55	84	61	4,03
	Persentase	0	0	27,5	42	30,5	
Ip3	Frekuensi	0	0	61	70	69	4,04
	Persentase	0	0	30,5	35	34,5	
Ip4	Frekuensi	0	1	50	77	72	4,1
	Persentase	0	0,5	25	38,5	36	

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.11 rata-rata jawaban responden atas indikator Ip1 yaitu “Secara umum, saya akan melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan” sebesar 3,905, yang berarti terletak antara netral dan setuju atas pernyataan tersebut, namun berkecenderungan mendekati setuju.

Indikator Ip2 yaitu “Saya siap melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,03 yang berarti terletak antara setuju dan sangat setuju atas pernyataan tersebut, namun lebih mendekati ke setuju.

Indikator Ip3 yaitu “Saya akan melaksanakan berbagai usaha sehingga saya dapat melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,04 yang berarti terletak antara setuju dan sangat setuju atas pernyataan tersebut, namun lebih mendekati ke setuju.

Indikator Ip4 yaitu “Saya serius untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan” memperoleh nilai rata-rata



sebesar 4,1 yang berarti terletak antara setuju dan sangat setuju atas pernyataan tersebut, namun lebih mendekati ke setuju.

Secara keseluruhan tanggapan responden adalah setuju atas indikator pada variabel intensi perilaku.

#### 4.2.5 Deskripsi Variabel Persepsi Ketidakpastian

Persepsi ketidakpastian menggambarkan ketidakpastian terhadap lingkungan bisnis yang diakibatkan oleh pandemi. Terdapat tiga indikator yang berupaya mengungkapkan pandangan responden terhadap ketidakpastian tersebut.

Hasil analisis statistik deskriptif variabel intensi perilaku dengan menggunakan skor rata-rata disajikan pada tabel 4.12 berikut ini:

**Tabel 4.12**  
**Deskripsi Skor Rata-Rata Variabel Persepsi Ketidakpastian**

Indikator	Perhitungan	Persepsi Responden					Rata-Rata
		1	2	3	4	5	
Kp1	Frekuensi	0	2	85	62	51	3,81
	Persentase	0	1	42,5	31	25,5	
Kp2	Frekuensi	0	1	64	68	67	4,005
	Persentase	0	0,5	32	34	36,5	
Kp3	Frekuensi	0	1	57	85	57	3,99
	Persentase	0	0,5	28,5	42,5	28,5	

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.12 rata-rata jawaban responden atas indikator Kp1 yaitu “Saya merasa tidak jelas atas perubahan lingkungan apa yang harus diwaspadai untuk usaha saya sebesar 3,81, yang berarti terletak antara netral dan setuju atas pernyataan tersebut, namun berkecenderungan mendekati setuju.

Indikator Kp2 yaitu “Kondisi ketika pandemi membuat saya sangat sulit untuk mengetahui bagaimana lingkungan bisnis akan berkembang di masa depan” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,005 yang berarti terletak antara setuju dan sangat setuju atas pernyataan tersebut, namun lebih mendekati ke setuju.

Indikator Kp3 yaitu “Saya merasa sangat sulit untuk mengevaluasi bagaimana peluang bisnis akan berkembang” memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,99 yang berarti terletak antara netral dan setuju atas pernyataan tersebut, namun lebih mendekati ke setuju.

Secara keseluruhan tanggapan responden adalah setuju atas indikator pada variabel persepsi ketidakpastian.

#### 4.2.6 Deskripsi Variabel Pembelajaran dari Pengalaman Krisis

Pembelajaran dari pengalaman krisis merupakan Pembelajaran mengenai bagaimana mengelola bisnis berdasarkan pengalaman di masa pandemi. Terdapat lima indikator yang berupaya mengungkapkan pandangan responden terhadap pembelajaran dari pengalaman krisis di masa pandemi Covid-19.

Hasil analisis statistik deskriptif variabel pembelajaran dari pengalaman krisis dengan menggunakan skor rata-rata disajikan pada tabel 4.13 berikut ini:

**Tabel 4.13**

**Deskripsi Skor Rata-Rata Variabel Pembelajaran dari Pengalaman Krisis**

Indikator	Perhitungan	Persepsi Responden					Rata-Rata
		1	2	3	4	5	
Pb1	Frekuensi	0	1	57	85	57	3,99
	Persentase	0	0,5	28,5	42,5	28,5	
Pb2	Frekuensi	0	0	40	79	81	4,205
	Persentase	0	0	20	39,5	40,5	
Pb3	Frekuensi	0	1	40	92	67	4,125

Indikator	Perhitungan	Persepsi Responden					Rata-Rata
		1	2	3	4	5	
	Persentase	0	0,5	20	46	33,5	
Pb4	Frekuensi	0	0	43	95	62	4,095
	Persentase	0	0	21,5	47,5	31	
Pb5	Frekuensi	0	1	46	84	69	3,685
	Persentase	0	0,5	23	42	34,5	

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.13 rata-rata jawaban responden atas indikator Pb1 yaitu “Saya telah merenungkan bagaimana saya bisa menghadapi PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) di waktu lalu untuk usaha saya yang saya jalani dengan cara yang lebih baik” sebesar 3,99, yang berarti terletak antara netral dan setuju atas pernyataan tersebut, namun berkecenderungan mendekati setuju.

Indikator Pb2 yaitu “Saya sekarang lebih waspada terhadap perkembangan usaha saya daripada masa sebelum pandemi” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,205 yang berarti terletak antara setuju dan sangat setuju atas pernyataan tersebut, namun lebih mendekati ke setuju.

Indikator Pb3 yaitu “Berdasarkan pengalaman PPKM lalu, saya telah menjadi lebih mampu mengevaluasi tujuan usaha saya sehubungan dengan situasi saat ini” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,125 yang berarti terletak antara setuju dan sangat setuju atas pernyataan tersebut, namun lebih mendekati ke setuju.

Indikator Pb4 yaitu “Saya telah memperluas perilaku saya sendiri berdasarkan pengalaman dari masa PPKM” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,095 yang berarti terletak antara setuju dan sangat setuju atas pernyataan tersebut, namun lebih mendekati ke setuju.

Indikator Pb5 yaitu “Berdasarkan pengalaman PPKM lalu, saya telah belajar bagaimana saya dapat menangani tantangan dalam usaha saya dengan lebih baik”

memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,685 yang berarti terletak antara netral dan setuju atas pernyataan tersebut, namun lebih mendekati ke setuju.

Secara keseluruhan tanggapan responden adalah setuju atas indikator pada variabel pembelajaran dari pengalaman krisis.

#### 4.2.7 Deskripsi Variabel *Affordable Loss*

*Affordable loss* adalah melakukan alternatif tindakan di mana potensi kerugian dalam skenario terburuk masih terjangkau atau masih dapat ditanggung oleh wirausaha atau pemilik usaha yang dalam hal ini bertindak sebagai terwaralaba. Terdapat tiga indikator yang berupaya mengungkapkan pandangan responden terhadap perilaku *affordable loss*.

Hasil analisis statistik deskriptif variabel pembelajaran dari pengalaman krisis dengan menggunakan skor rata-rata disajikan pada tabel 4.14 berikut ini:

**Tabel 4.14**  
**Deskripsi Skor Rata-Rata Variabel *Affordable Loss***

Indikator	Perhitungan	Persepsi Responden					Rata-Rata
		1	2	3	4	5	
A11	Frekuensi	0	1	22	95	82	4,29
	Persentase	0	0,5	11	47,5	41	
A12	Frekuensi	0	1	16	92	91	4,365
	Persentase	0	0,5	8	46	45,5	
A13	Frekuensi	0	0	15	91	94	4,395
	Persentase	0	0	7,5	45,5	47	

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.14 rata-rata jawaban responden atas indikator A11 yaitu Saya berhati-hati untuk tidak menggunakan lebih banyak sumber daya daripada yang

dapat saya tanggung untuk kerugian sebesar 4,29, yang berarti terletak antara setuju dan sangat setuju atas pernyataan tersebut, namun berkecenderungan mendekati setuju.

Indikator A12 yaitu “Saya berhati-hati untuk tidak mempertaruhkan lebih banyak uang daripada yang saya relakan hilang dari usaha ini” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,365 yang berarti terletak antara setuju dan sangat setuju atas pernyataan tersebut, namun lebih mendekati ke setuju.

Indikator A13 yaitu “Saya berhati-hati untuk tidak mempertaruhkan lebih banyak uang sehingga usaha saya akan berada dalam kesulitan keuangan jika segalanya tidak berjalan sesuai harapan” memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,395 yang berarti terletak antara setuju dan sangat setuju atas pernyataan tersebut, namun lebih mendekati ke setuju.

Secara keseluruhan tanggapan responden adalah setuju atas indikator pada variabel *affordable loss*.

#### **4.3. Perbandingan Nilai Rata-Rata Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku yang Dipersepsi, Intensi Perilaku dan *Affordable Loss* Berdasarkan Lokasi Usaha**

Perbandingan nilai rata-rata sikap, norma subjektif, kendali perilaku yang dipersepsi, intensi perilaku, dan *affordable loss* berdasarkan lokasi usaha dianalisis dengan menggunakan *compare means one way ANOVA*, pada  $\alpha = 0,05$  yang hasilnya disajikan pada tabel 4.15 berikut ini:

**Tabel 4.15 Perbandingan Nilai Rata-Rata Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku yang Dipersepsi, Intensi Perilaku dan *Affordable Loss* Berdasarkan Lokasi Usaha**

Variabel	Indikator	Hasil Perbandingan
Sikap	S1	Tidak signifikan
	S2	Tidak signifikan
Norma Subyektif	NS1	Tidak signifikan

Variabel	Indikator	Hasil Perbandingan
	NS2	Tidak signifikan
Kendali Perilaku yang Dipersepsi	KPD1	Tidak signifikan.
	KPD2	Tidak signifikan.
	KPD3	Tidak signifikan.
	KPD4	Signifikan
	KPD5	Tidak signifikan.
Intensi Perilaku	IP1	Tidak signifikan.
	IP2	Signifikan.
	IP3	Tidak signifikan.
	IP4	Tidak signifikan.
<i>Affordable Loss</i>	AL1	Tidak signifikan.
	AL2	Tidak signifikan.
	AL3	Tidak signifikan.

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.15, tidak terdapat perbedaan nilai rata-rata untuk sikap, maka H7 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan sikap dari terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek. Sementara untuk norma subjektif, juga tidak terdapat perbedaan nilai rata-rata, maka H8 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan norma subjektif pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.

Sementara pada variabel kendali perilaku yang dipersepsi, terdapat perbedaan nilai rata-rata, maka H9 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan kendali perilaku yang dipersepsi pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek. Perbedaan tersebut terdapat pada nilai rata-rata indikator ke-4 yaitu “saya memiliki pengetahuan untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan”.

Untuk variabel intensi, terdapat perbedaan nilai rata-rata, maka H10 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan intensi dari terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek. Perbedaan tersebut terdapat pada indikator ke-2 dari yaitu “saya siap melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan”

Sementara untuk variabel *affordable loss*, tidak terdapat perbedaan nilai rata-rata, maka H11 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.

Pada tabel 4.16 berikut ini disajikan hasil uji perbedaan rata-rata pada indikator ke-4 variabel kendali perilaku yang dipersepsi untuk mengetahui perbedaan lokasi yang terjadi.

**Tabel 4.16 Perbandingan Nilai Rata-Rata Indikator ke-4 Kendali Perilaku yang Dipersepsi Berdasarkan Lokasi**

Lokasi	Lokasi	Hasil
Jakarta	Bogor.	Signifikan.
	Depok.	Tidak signifikan.
	Tangerang.	Tidak signifikan.
	Bekasi.	Tidak signifikan.
Bogor	Jakarta.	Signifikan.
	Tangerang.	Tidak signifikan.
	Depok.	Signifikan
	Bekasi	Tidak signifikan.
Depok	Jakarta	Tidak signifikan.
	Bogor	Signifikan
	Tangerang	Tidak signifikan.
	Bekasi	Tidak signifikan.

Lokasi	Lokasi	Hasil
Tangerang	Jakarta	Tidak signifikan.
	Bogor	Tidak signifikan.
	Depok	Tidak signifikan.
	Bekasi	Tidak signifikan.
Bekasi	Jakarta	Tidak signifikan.
	Bogor	Tidak signifikan.
	Tangerang	Tidak signifikan.
	Depok	Tidak signifikan.

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.16, terdapat perbedaan nilai rata-rata pada responden di Jakarta-Bogor dan Depok-Bogor.

Pada tabel 4.17 disajikan nilai rata-rata tiap indikator dari variabel kendali perilaku yang dipersepsi, berdasarkan lokasi.

**Tabel 4.17 Nilai Rata-Rata Tiap Indikator dari Variabel Kendali Perilaku yang Dipersepsi**

	KPD1	KPD2	KPD3	KPD4	KPD5
Jakarta	3,97	3,98	3,90	3,95	3,92
Bogor	3,80	3,60	3,60	3,35	3,45
Depok	4,25	4,20	4,25	4,20	3,90
Tangerang	4,10	3,75	3,85	3,75	3,70
Bekasi	4,05	4,00	4,18	4,18	3,91

Sumber: data diolah (2023)

Selanjutnya berdasarkan pada tabel 4.15, terdapat perbedaan nilai rata-rata indikator ke-2 dari variabel intensi perilaku yaitu “saya siap melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan”



Kemudian pada tabel 4.18 disajikan hasil uji perbedaan rata-rata pada indikator tersebut untuk mengetahui perbedaan lokasi yang terjadi.

**Tabel 4.18 Perbandingan Nilai Rata-Rata Indikator ke-2 Intensi Perilaku Berdasarkan Lokasi**

Lokasi	Lokasi	Hasil
Jakarta	Bogor.	Tidak signifikan.
	Depok.	Tidak signifikan.
	Tangerang.	Tidak signifikan.
	Bekasi.	Tidak signifikan.
Bogor	Jakarta.	Tidak signifikan.
	Tangerang.	Tidak signifikan.
	Depok.	Signifikan
	Bekasi	Signifikan.
Depok	Jakarta	Tidak signifikan.
	Bogor	Signifikan
	Tangerang	Signifikan.
	Bekasi	Tidak signifikan.
Tangerang	Jakarta	Tidak signifikan.
	Bogor	Tidak signifikan.
	Depok	Signifikan.
	Bekasi	Signifikan.
Bekasi	Jakarta	Tidak signifikan.
	Bogor	Signifikan.
	Tangerang	Signifikan.
	Depok	Tidak signifikan.

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.18 terdapat perbedaan nilai rata-rata antara responden yang berlokasi di Depok-Bogor, Depok-Tangerang, Bekasi-Bogor dan Bekasi-Tangerang. Pada tabel 4.19 berikut ini disajikan nilai rata-rata dari seluruh indikator dari variabel intensi perilaku.

**Tabel 4.19 Nilai Rata-Rata Tiap Indikator dari Variabel Intensi Perilaku**

	I1	I2	I3	I4
Jakarta	3,95	4,05	4,05	4,12
Bogor	3,55	3,70	3,80	3,80
Depok	4,15	4,35	4,15	4,25
Tangerang	3,75	3,75	3,85	3,90
Bekasi	3,91	4,36	4,55	4,45

Sumber: Data diolah (2023)

#### 4.4. Hasil Wawancara

Pengumpulan data juga dilakukan dengan mewawancarai dua orang terwaralaba pemilik usaha kecil mengenai perilaku yang dijalankan selama usaha menghadapi situasi yang kurang menguntungkan akibat pandemi Covid-19. Rangkuman hasil wawancara disajikan pada tabel 4.20 berikut ini:

**Tabel 4.20 Rangkuman Jawaban Hasil Wawancara**

Pertanyaan	Uraian jawaban
Apa yang dilakukan usaha kecil terwaralaba pada masa pandemi 2020-2022?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menutup usaha sementara waktu karena tidak memungkinkan untuk berjualan.</li> <li>• Diarahkan oleh pewaralaba (<i>franchisor</i>) untuk menjual produk secara daring melalui layanan WA atau media sosial lain.</li> </ul>

Pertanyaan	Uraian jawaban
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjual produk beku (<i>frozen food</i>) karena pewaralaba mengembangkan produk tersebut untuk dijual oleh para terwaralaba.</li> <li>• Melakukan strategi “jemput bola” dengan mendatangi langsung pelanggan untuk menawarkan produk.</li> <li>• Menunda pembayaran <i>royalty</i> karena pewaralaba memberikan keringanan pembayaran <i>royalty</i>.</li> <li>• Mengikuti pelatihan secara daring mengenai penjualan daring yang diberikan oleh pewaralaba.</li> </ul>

Sumber: data diolah (2023)

#### 4.5. Hasil Analisis PLS SEM

Dalam analisis PLS SEM terdapat dua cara yaitu analisis *outer model* dan *inner model*.

##### 4.5.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

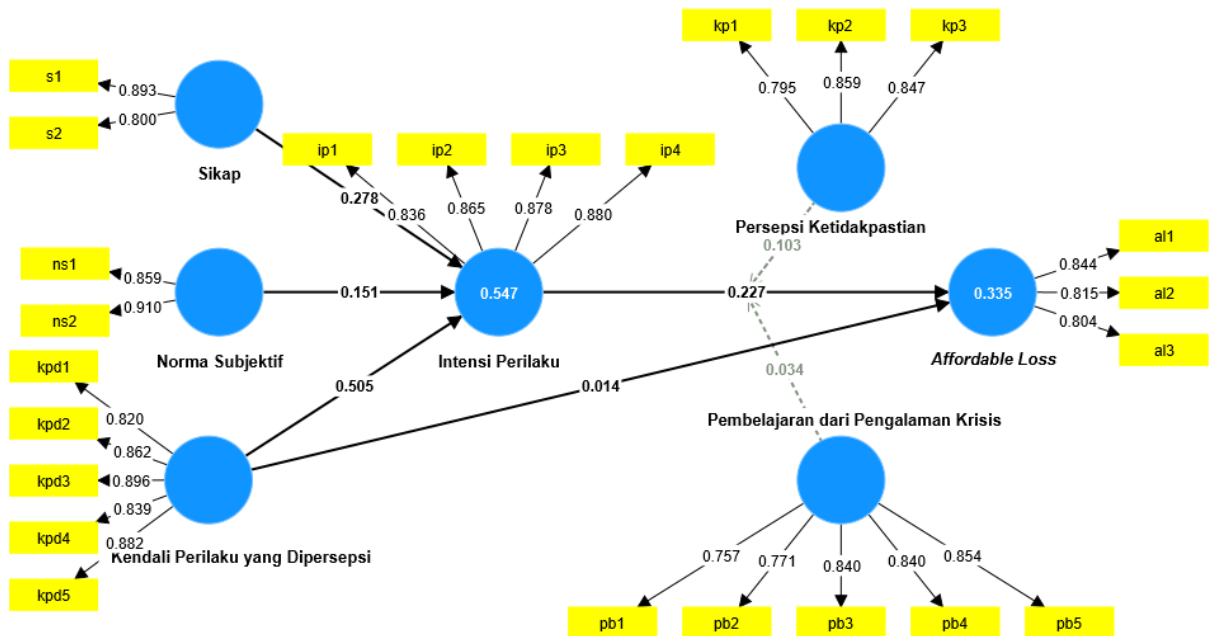
Terdapat tiga kriteria di dalam analisis *outer model* yaitu validitas konvergen (*convergent validity*), validitas diskriminan (*discriminant validity*) dan *composite reliability*.

###### 1) Validitas konvergen

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukuran dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi (Jogiyanto, 2011). Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut. *Loading factor*

adalah korelasi antara variabel laten (konstruk) dengan indikatornya (Sanchez, 2013). *Loading factor* lebih besar atau sama dengan 0,7 dapat diterima. Jika dikuadratkan menjadi *communalities*, yang berarti bahwa *loading factor* lebih besar daripada 0,7 yaitu  $0.7^2 \approx 50\%$  variabilitas di dalam indikator dapat dijelaskan oleh variabel latennya (konstruk). Sementara *average variance extract* (AVE) yang dipersyaratkan adalah lebih besar daripada 0,5.

Berikut pada gambar 4.1. disajikan pengujian model tahap awal validitas konvergen dari model pengukuran yang meliputi tujuh konstruk yang menggunakan indikator reflektif, yang dinilai berdasarkan *loading factor* dari indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut. Ketujuh konstruk tersebut adalah sikap (s), norma subjektif (ns), kendali perilaku yang dipersepsi (kpd), intensi perilaku (ip), persepsi ketidakpastian (kp), pembelajaran dari pengalaman krisis (pb) dan *affordable loss* (al).



Gambar 4.1. *Outer Model*

Sumber: data diolah (2023)

Pada tabel 4.21 berikut ini disajikan *outer loadings* dari tujuh konstruk yang diukur.

**Tabel 4.21 Tabel *Outer Loadings***

	<i>Affordable Loss</i>	Intensi Perilaku	Kendali Perilaku yang Dipersepsi	Norma Subjektif	Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	Persepsi Ketidakpastian	Sikap
al1	0,844						
al2	0,815						
al3	0,804						
ip1		0,836					
ip2		0,865					
ip3		0,878					
ip4		0,880					
kp1						0,795	
kp2						0,859	
kp3						0,847	
kpd1			0,820				
kpd2			0,862				
kpd3			0,896				
kpd4			0,839				
kpd5			0,882				
ns1				0,859			
ns2				0,910			
pb1					0,757		
pb2					0,771		
pb3					0,840		
pb4					0,840		
pb5					0,854		

	<i>Affordable Loss</i>	Intensi Perilaku	Kendali Perilaku yang Dipersepsi	Norma Subjektif	Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	Persepsi Ketidakpastian	Sikap
s1							0,893
s2							0,800

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.21 tersebut, dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator dalam kuesioner penelitian telah memenuhi syarat validitas konvergen karena memiliki nilai *outer loadings* lebih besar daripada 0,7.

Pada tabel 4.22 berikut ini disajikan nilai AVE dari ketujuh variabel.

**Tabel 4.22 Average Variance Extract (AVE)**

	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
<i>Affordable Loss</i>	0,674
Intensi Perilaku	0,749
Kendali Perilaku yang Dipersepsi	0,740
Norma Subjektif	0,783
Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	0,661
Persepsi Ketidakpastian	0,696
Sikap	0,718

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.22, nilai AVE dari ketujuh variabel lebih besar daripada 0,5, sehingga telah memenuhi persyaratan validitas konvergen.

## 2) Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi (Jogiyanto, 2011). Chin (1995) mengemukakan bahwa nilai *cross loading* lebih dari 0,7 dalam satu variabel telah memenuhi validitas diskriminan. Dengan demikian semua variabel telah memenuhi persyaratan tersebut. Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstraknya yang disajikan pada tabel 4.23 berikut ini.

**Tabel 4.23 Cross Loadings**

	<i>Affordable Loss</i>	Intensi Perilaku	Kendali Perilaku yang Dipersepsi	Norma Subjektif	Pembelaan dari Pengalaman Krisis	Persepsi Ketidakpastian	Sikap
al1	0,844	0,459	0,380	0,276	0,461	0,401	0,355
al2	0,815	0,317	0,249	0,247	0,391	0,293	0,309
al3	0,804	0,378	0,308	0,259	0,381	0,359	0,333
ip1	0,373	0,836	0,661	0,430	0,505	0,439	0,457
ip2	0,448	0,865	0,559	0,423	0,543	0,487	0,475
ip3	0,391	0,878	0,553	0,447	0,474	0,394	0,394
ip4	0,433	0,880	0,500	0,332	0,509	0,455	0,428
kp1	0,323	0,377	0,306	0,208	0,431	0,795	0,277
kp2	0,394	0,47	0,342	0,286	0,544	0,859	0,301
kp3	0,360	0,432	0,267	0,306	0,477	0,847	0,305
kpd1	0,302	0,524	0,820	0,337	0,464	0,244	0,266
kpd2	0,350	0,554	0,862	0,358	0,492	0,344	0,254
kpd3	0,367	0,587	0,896	0,375	0,473	0,324	0,275
kpd4	0,261	0,568	0,839	0,36	0,449	0,287	0,319
kpd5	0,375	0,603	0,882	0,337	0,494	0,368	0,318
ns1	0,276	0,372	0,271	0,859	0,224	0,252	0,363
ns2	0,287	0,459	0,440	0,910	0,346	0,314	0,367
pb1	0,426	0,454	0,388	0,297	0,757	0,522	0,271
pb2	0,418	0,406	0,375	0,227	0,771	0,471	0,265
pb3	0,349	0,532	0,488	0,271	0,840	0,490	0,343
pb4	0,387	0,483	0,499	0,229	0,840	0,413	0,279

	<i>Affordable Loss</i>	Intensi Perilaku	Kendali Perilaku yang Dipersepsi	Norma Subjektif	Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	Persepsi Ketidakpastian	Sikap
pb5	0,450	0,517	0,496	0,304	0,854	0,468	0,316
s1	0,414	0,486	0,356	0,398	0,348	0,300	0,893
s2	0,257	0,364	0,188	0,289	0,257	0,303	0,800

Sumber: data diolah (2023)

### 3) Reliabilitas Komposit (*Composite Reliability*) dan Cronbach's Alpha

*Rule of thumb* nilai alpha atau *composite reliability* harus lebih besar daripada 0,7 meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima (Hair *et al.*, 2008). Uji konsistensi internal tidak mutlak dilakukan jika validitas konstruk telah terpenuhi, karena konstruk yang valid adalah konstruk yang reliabel, sebaliknya konstruk yang reliabel belum tentu valid (Cooper *et al.*, 2006). Hasil pengujian reliabilitas komposit dan Cronbach's Alpha, telah memenuhi kriteria tersebut, yang disajikan pada tabel 4.24 berikut ini.

**Tabel 4.24 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability**

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho a)	Composite reliability (rho c)
<i>Affordable Loss</i>	0,761	0,772	0,861
Intensi Perilaku	0,888	0,889	0,923
Kendali Perilaku yang Dipersepsi	0,912	0,915	0,934
Norma Subjektif	0,725	0,747	0,878
Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	0,871	0,874	0,907
Persepsi Ketidakpastian	0,782	0,790	0,873
Sikap	0,615	0,649	0,836

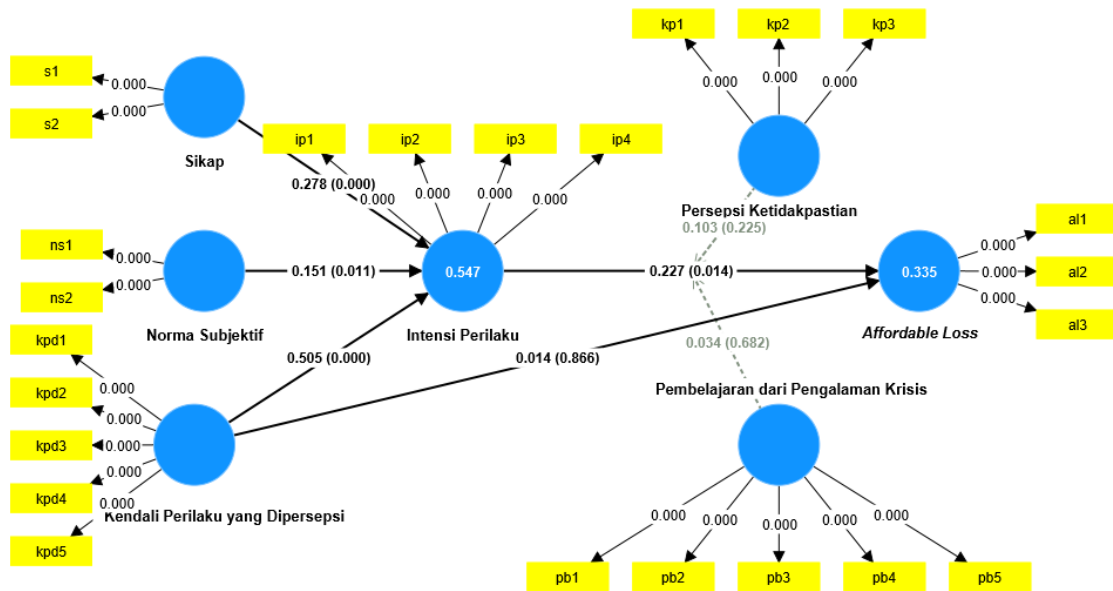
Sumber: data diolah (2023)

#### 4.5.2. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural penelitian ini dievaluasi dengan menggunakan dua pendekatan, yaitu pertama menggunakan *path coefficient* (koefisien jalur) untuk



menilai signifikansi hubungan antar konstruk berdasarkan nilai *t-statistic* dan *p-value* setiap *path* (jalur), dan kedua, menggunakan koefisien determinasi untuk menerangkan kemampuan model dalam menerangkan variabel terkait, seperti ditampilkan pada gambar 4.2 berikut ini:



**Gambar 4.2. Inner Model dengan Bootstrapping**

Sumber: data diolah (2023)

1). *Path Coefficient*

Pengujian signifikansi model dalam model struktural dengan melihat nilai *t-statistic* dan *p-value* antara variabel eksogen dengan variabel endogen, dengan persyaratan bahwa *t-statistic* memiliki nilai >1,96 dan *p-value* <0,05. Pada tabel 4.25 berikut ini disajikan efek langsung antar konstruk.

**Tabel 4.25 Direct Effect**

Hubungan Kontruk	Pengaruh Langsung	<i>t-statistics</i>	<i>p-values</i>	Keterangan
Sikap → Intensi Perilaku	0,278	4,86	0,000	Signifikan
Norma Subjektif → Intensi Perilaku	0,151	2,531	0,011	Signifikan
Kendali Perilaku yang Dipersepsi → Intensi Perilaku	0,505	8,516	0,000	Signifikan
Kendali Perilaku yang Dipersepsi → <i>Affordable Loss</i>	0,014	0,169	0,866	Tidak signifikan
Intensi Perilaku → <i>Affordable Loss</i>	0,227	2,454	0,014	Signifikan

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.25 maka hubungan langsung antar konstruk adalah sebagai berikut:

- a) Sikap berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap intensi perilaku. Hal ini ditunjukkan dengan *path coefficient* sebesar 0,278 dan *t-statistics* sebesar 4,86 yang lebih besar daripada  $t_{\alpha/2}$  pada  $\alpha=0,05$  sebesar 1,96. Demikian pula *p-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil daripada 0,05.
- b) Norma subjektif berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap intensi perilaku. Hal ini ditunjukkan dengan *path coefficient* sebesar 0,151 dan *t-statistics* sebesar 2,531 yang lebih besar daripada  $t_{\alpha/2}$  pada  $\alpha=0,05$  sebesar 1,96. Demikian pula *p-value* sebesar 0,011 yang lebih kecil daripada 0,05.
- c) Kendali perilaku yang dipersepsi berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap intensi perilaku. Hal ini ditunjukkan dengan *path coefficient* sebesar 0,505 dan *t-statistics* sebesar 8,516 yang lebih besar daripada  $t_{\alpha/2}$  pada

$\alpha=0,05$  sebesar 1,96. Demikian pula *p-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil daripada 0,05.

- d) Kendali perilaku yang dipersepsi berpengaruh langsung secara positif dan tidak signifikan terhadap perilaku *affordable loss*. Hal ini ditunjukkan dengan *path coefficient* sebesar 0,014 dan *t-statistics* sebesar 0,169 yang lebih kecil daripada  $t_{\alpha/2}$  pada  $\alpha=0,05$  sebesar 1,96 dan *p-value* sebesar 0,866 yang lebih besar daripada 0,05. Dengan demikian H4 yaitu kendali perilaku yang dipersepsi memengaruhi perilaku *affordable loss* secara positif tidak didukung oleh data (ditolak).
- e) Intensi perilaku berpengaruh secara langsung secara positif dan signifikan terhadap perilaku *affordable loss*. Hal ini ditunjukkan dengan *path coefficient* sebesar 0,227 dan *t-statistics* sebesar 2,454 yang lebih besar daripada  $t_{\alpha/2}$  pada  $\alpha=0,05$  sebesar 1,96. Demikian pula *p-value* sebesar 0,014 yang lebih kecil daripada 0,05.

Pada tabel 4.26 berikut ini dikemukakan pengaruh tidak langsung antar konstruk, yang diuraikan sebagai berikut:

- a) Intensi perilaku memediasi pengaruh dari sikap terhadap *affordable loss*.  
*Original sample (O)* sebesar 0,063 yang berarti bahwa intensi perilaku memediasi secara positif dan signifikan dari pengaruh sikap terhadap *affordable loss* karena *t-statistics* sebesar  $2,096 > t_{\alpha/2}$  pada  $\alpha=0,05$  sebesar 1,96 dan *p-value* =  $0,036 < 0,05$ . Dengan demikian H1 yaitu sikap memengaruhi perilaku *affordable loss* secara positif melalui intensi perilaku didukung oleh data (tidak ditolak).
- b) Intensi perilaku memediasi pengaruh dari norma subjektif terhadap *affordable loss*.  
*Original sample (O)* sebesar 0,034 yang berarti bahwa intensi memediasi secara positif dari pengaruh norma subjektif terhadap *affordable loss* tetapi tidak signifikan karena *t-statistics* sebesar  $1,647 < t_{\alpha/2}$  pada  $\alpha=0,05$  sebesar 1,96 dan

$p\text{-value} = 0,1 > 0,05$ . Dengan demikian H2 yaitu norma subjektif memengaruhi perilaku *affordable loss* secara positif melalui intensi perilaku tidak didukung oleh data (ditolak).

- c) Intensi perilaku memediasi pengaruh dari kendali perilaku yang dipersepsi terhadap *affordable loss*.

*Original sample* (O) sebesar 0,115 yang berarti bahwa intensi perilaku memediasi secara positif dan signifikan dari pengaruh kendali perilaku yang dipersepsi terhadap *affordable loss* karena *t-statistics* sebesar 2,403 >  $t_{\alpha/2}$  pada  $\alpha=0,05$  sebesar 1,96 dan  $p\text{-value} = 0,016 < 0,05$ . Dengan demikian H3 yaitu kendali perilaku yang dipersepsi memengaruhi perilaku *affordable loss* secara positif melalui intensi perilaku didukung oleh data (tidak ditolak).

**Tabel 4.26 Indirect Effect**

	<i>Original sample (O)</i>	<i>t-statistics</i>	<i>p-values</i>	Keterangan
Sikap -> Intensi Perilaku -> <i>Affordable Loss</i>	0,063	2,096	0,036	Signifikan
Norma Subjektif -> Intensi Perilaku -> <i>Affordable Loss</i>	0,034	1,647	0,100	Tidak signifikan
Kendali Perilaku yang Dipersepsi -> Intensi Perilaku -> <i>Affordable Loss</i>	0,115	2,403	0,016	Signifikan

Sumber: data diolah (2023)

Selanjutnya pada tabel 4.27, disajikan efek moderasi dari variabel persepsi ketidakpastian dan pembelajaran dari pengalaman krisis dalam hubungan antara intensi perilaku dengan *affordable loss* yang diuraikan sebagai berikut:

- a) Persepsi ketidakpastian memengaruhi hubungan antara intensi perilaku dengan *affordable loss*.

Dengan nilai *original sample* (O) sebesar 0,103 maka terdapat efek moderasi positif dari persepsi ketidakpastian dalam hubungan antara intensi perilaku dengan

*affordable loss*, tetapi efeknya tidak signifikan karena  $t\text{-statistics} = 1,213 < t_{\alpha/2} = 1,96$  dan  $p\text{-value} = 0,225 > 0,05$ . Dengan demikian H5 yaitu persepsi ketidakpastian memengaruhi hubungan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* tidak didukung oleh data (ditolak).

b) Pembelajaran dari pengalaman krisis memengaruhi hubungan antara intensi perilaku dengan *affordable loss*.

Dengan nilai *original sample* (O) sebesar 0,034 maka terdapat efek moderasi positif dari pembelajaran dari pengalaman krisis dalam hubungan antara intensi perilaku dengan *affordable loss*, tetapi efeknya tidak signifikan karena  $t\text{-statistics} = 0,410 < t_{\alpha/2} = 1,96$  dan  $p\text{-value} = 0,682 > 0,05$ . Dengan demikian H6 yaitu pembelajaran dari pengalaman krisis memengaruhi hubungan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* tidak didukung oleh data (ditolak).

**Tabel 4.27 Moderating Effect**

	<i>Original sample (O)</i>	<i>t-statistics</i>	<i>p-values</i>	Keterangan
Persepsi Ketidakpastian x Intensi Perilaku -> <i>Affordable Loss</i>	0,103	1,213	0,225	Tidak signifikan
Pembelajaran dari Pengalaman Krisis x Intensi Perilaku-> <i>Affordable Loss</i>	0,034	0,410	0,682	Tidak signifikan

Sumber: data diolah (2023)

2) Koefisien Determinasi

Berdasarkan gambar 4.2 maka dikemukakan nilai koefisien determinasi pada tabel 4.28 berikut ini:

**Tabel 4.28 Koefisien Determinasi**

Variabel	Koefisien Determinasi
Intensi Perilaku	0,547
<i>Affordable Loss</i>	0,335

Sumber: data diolah (2023)

Nilai koefisien determinasi variabel intensi perilaku sebesar 0,547 yang artinya bahwa 54,7% variabilitas intensi perilaku dapat dijelaskan oleh sikap, norma subjektif dan kendali perilaku yang dipersepsi, sedangkan sisanya yaitu 45,3% dijelaskan oleh variabel lain. Sementara nilai koefisien determinasi *affordable loss* sebesar 0,335 berarti bahwa 33,5% variabilitas *affordable loss* dapat dijelaskan oleh intensi perilaku dan kendali perilaku yang dipersepsi, sedangkan sisanya yaitu 66,5% dijelaskan oleh variabel lain.

### 3) *Goodness of Fit* (GoF)

Untuk menghitung GoF dengan menggunakan rata-rata nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan nilai koefisien determinasi.

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{AVE} \times \overline{R^2}}$$

$$\text{Rata-rata AVE} = (0,674+0,749+0,740+0,783+0,661+0,696+0,718)/7 = 0,717$$

$$\text{GoF} = \sqrt{0,717 \times 0,441} = 0,562$$

Nilai GoF ini tergolong besar makin mendekati 1 berarti berarti model yang dikembangkan sesuai dengan data empiris yang tersedia.

## 4.6. Pembahasan

### 4.6.1. Pengaruh Sikap terhadap Perilaku *Affordable Loss* melalui Intensi Perilaku

Sikap terhadap perilaku merupakan evaluasi penilaian seseorang terhadap perilaku tertentu. Menurut Ajzen (1991), sikap terhadap perilaku dapat digunakan untuk memprediksi intensi perilaku, yang selanjutnya dapat memprediksi perilaku tertentu. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan *partial least square* (PLS) memperlihatkan bahwa sikap terhadap perilaku *affordable loss* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi perilaku karena nilai *path coefficient* = 0,278 dan *t-statistics* = 4,86 > 1,96 dan *p-value* = 0,000 < 0,05. Artinya terdapat pengaruh sikap terhadap perilaku secara positif dan signifikan. Semakin baik evaluasi penilaian terhadap perilaku *affordable loss* maka semakin tinggi pula pengaruh intensi dari terwaralaba usaha kecil untuk melakukan perilaku tersebut, demikian pula sebaliknya. Terwaralaba usaha kecil memandang bahwa melakukan perilaku *affordable loss* adalah baik dan menguntungkan. Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (1991) bahwa sikap terhadap perilaku memengaruhi intensi perilaku.

Sementara untuk keterkaitan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* memperlihatkan bahwa intensi perilaku memengaruhi perilaku *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil secara positif dan signifikan karena *path coefficient* sebesar 0,227, *t-statistics* = 2,454 > 1,96 dan *p-value* = 0,014 < 0,05. Artinya semakin kuat intensi perilaku dari terwaralaba usaha kecil maka semakin besar pula intensi untuk melakukan perilaku *affordable loss*, demikian pula sebaliknya. Hal ini juga sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (1991) bahwa intensi perilaku memengaruhi perilaku tertentu atau dapat digunakan untuk memprediksi perilaku individu.

Pada pengujian selanjutnya yaitu untuk mengetahui ada tidaknya efek mediasi dari intensi yang memengaruhi sikap terhadap perilaku *affordable loss* menunjukkan

hasil *path coefficient* = 0,063, *t-statistics* = 2,096 > 1,96 dan *p-value* = 0,036 < 0,05 yang artinya intensi memediasi pengaruh dari sikap terhadap perilaku *affordable loss* secara positif dan signifikan. Dengan demikian H1 yaitu sikap memengaruhi perilaku *affordable loss* melalui intensi perilaku secara positif dan signifikan didukung oleh data. Hal ini juga sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (1991) bahwa sikap melalui mediasi dari intensi perilaku memengaruhi perilaku tertentu.

#### **4.6.2. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Perilaku *Affordable Loss* melalui Intensi Perilaku**

Norma subjektif merupakan tekanan sosial dari lingkungan sekitar seperti keluarga dan teman dekat. Menurut Ajzen (1991) norma subjektif memengaruhi intensi perilaku, yang selanjutnya dari intensi perilaku dapat digunakan untuk memprediksi perilaku tertentu. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan *partial least square* (PLS) memperlihatkan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi perilaku karena nilai *path coefficient* = 0,151 dan *t-statistics* = 2,531 > 1,96 dan *p-value* = 0,011 < 0,05. Artinya norma subjektif memengaruhi intensi perilaku secara positif dan signifikan. Semakin kuat tekanan sosial yang diterima oleh terwaralaba usaha kecil maka semakin tinggi pula pengaruh intensi untuk melakukan perilaku *affordable loss*, demikian pula sebaliknya. Terwaralaba usaha kecil memandang bahwa keluarga dan teman dekat menyetujui untuk melakukan perilaku *affordable loss*. Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (1991) bahwa norma subjektif memengaruhi intensi perilaku.

Sementara untuk keterkaitan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* memperlihatkan bahwa intensi perilaku memengaruhi perilaku *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil secara positif dan signifikan karena *path coefficient* sebesar 0,227, *t-statistics* = 2,454 > 1,96 dan *p-value* = 0,014 < 0,05. Artinya semakin tinggi intensi perilaku dari terwaralaba usaha kecil maka semakin kuat pula pengaruh intensi terhadap perilaku *affordable loss*, demikian pula sebaliknya. Hal ini juga sejalan



dengan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (1991) bahwa intensi perilaku dapat digunakan untuk memprediksi perilaku tertentu.

Pada pengujian selanjutnya yaitu untuk mengetahui ada tidaknya efek mediasi dari intensi yang memengaruhi norma subjektif terhadap perilaku *affordable loss* menunjukkan hasil *path coefficient* = 0,034, *t-statistics* = 1,647 < 1,96 dan *p-value* = 0,1 > 0,05 yang artinya intensi memediasi pengaruh norma subjektif terhadap perilaku *affordable loss* secara positif dan tidak signifikan. Dengan demikian H2 yaitu norma subjektif memengaruhi perilaku *affordable loss* secara positif dan signifikan melalui intensi perilaku tidak didukung oleh data. Hal ini tidak sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (1991) bahwa norma subjektif melalui mediasi dari intensi perilaku dapat digunakan untuk memprediksi perilaku tertentu. Namun hal ini mendukung pendapat sejumlah akademisi yang mengemukakan bahwa norma subjektif merupakan komponen terlemah di dalam *Theory of Planned Behavior* ketika memprediksi intensi perilaku (Botetzagias, *et al.*, 2015; Armitage & Corner, 2001; Bagozzi *et al.*, 2000). Bahkan ada yang menyatakan bahwa faktor ini tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap intensi perilaku setelah sikap dan kendali perilaku yang dipersepsi dipertimbangkan. Barbera dan Ajzen (2021) menyatakan bahwa semakin meningkat skor untuk kendali perilaku yang dipersepsi maka kekuatan hubungan antara norma subjektif dan intensi menurun.

Menurut Anderson (2023) dalam situasi di mana risiko dan komitmen memiliki dampak signifikan, sikap dan kendali perilaku yang dipersepsi memainkan peran yang signifikan, tetapi tidak untuk norma subjektif. Demikian juga di dalam situasi di mana hasil memiliki risiko sosial dan pribadi, norma subjektif kemungkinan memiliki peran yang tidak signifikan dalam menentukan intensi perilaku individu. Pada penelitian ini, para terwaralaba yang merupakan pemilik usaha kecil memperlihatkan bahwa sikap dan kendali perilaku yang dipersepsi memberikan dampak yang lebih kuat terhadap intensi perilaku daripada norma subjektif, ketika digunakan untuk memprediksi perilaku *affordable loss*, karena hal yang menyangkut bisnis dijalankan lebih terkait dengan risiko pribadi.

#### 4.6.3. Pengaruh Kendali Perilaku yang Dipersepsi terhadap Perilaku *Affordable Loss* melalui Intensi Perilaku

Kendali perilaku yang dipersepsi merupakan persepsi orang tentang kemudahan atau kesulitan untuk melakukan perilaku yang diinginkan. Menurut Ajzen (1991) kendali perilaku yang dipersepsi memengaruhi intensi perilaku, yang selanjutnya dapat memprediksi perilaku tertentu. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan *partial least square* (PLS) memperlihatkan bahwa kendali perilaku yang dipersepsi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi perilaku karena nilai *path coefficient* = 0,505 dan *t-statistics* = 8,516 > 1,96 dan *p-value* = 0,000 < 0,05. Artinya kendali perilaku yang dipersepsi memengaruhi intensi perilaku secara positif. Semakin baik kendali perilaku *affordable loss* yang dipersepsi, maka semakin tinggi intensi dari terwaralaba usaha kecil untuk melakukan perilaku tersebut, demikian pula sebaliknya. Terwaralaba usaha kecil memandang dirinya memiliki kendali penuh, kemampuan, kepercayaan diri, pengetahuan dan keterampilan untuk melakukan perilaku *affordable loss*. Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (1991) bahwa kendali perilaku yang dipersepsi memengaruhi intensi perilaku atau dapat digunakan untuk memprediksi intensi perilaku.

Sementara untuk keterkaitan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* memperlihatkan bahwa intensi perilaku memengaruhi perilaku *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil secara positif dan signifikan karena *path coefficient* sebesar 0,227, *t-statistics* = 2,454 > 1,96 dan *p-value* = 0,014 < 0,05. Artinya semakin tinggi intensi perilaku dari terwaralaba usaha kecil maka semakin kuat pula perilaku *affordable loss*, demikian pula sebaliknya. Hal ini juga sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (1991) bahwa intensi perilaku memengaruhi perilaku tertentu atau dapat digunakan untuk memprediksi perilaku tertentu.

Pada pengujian selanjutnya yaitu untuk mengetahui ada tidaknya efek mediasi dari intensi yang memengaruhi kendali perilaku yang diprediksi terhadap perilaku *affordable loss* menunjukkan hasil *path coefficient* = 0,115, *t-statistics* = 2,403 > 1,96

dan  $p\text{-value} = 0,016 < 0,05$  yang artinya intensi memediasi pengaruh dari kendali perilaku yang dipersepsi terhadap perilaku *affordable loss* secara positif dan signifikan. Dengan demikian H3 didukung oleh data. Kendali perilaku yang dipersepsi memengaruhi perilaku *affordable loss* melalui mediasi dari intensi perilaku terwaralaba usaha kecil. Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (1991) bahwa kendali perilaku yang dipersepsi melalui mediasi dari intensi perilaku memengaruhi perilaku tertentu. Kendali perilaku yang dipersepsi dari terwaralaba usaha kecil memberikan gambaran bahwa mereka memiliki kendali penuh, kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan kepercayaan diri untuk melakukan tindakan *affordable loss*. Tindakan tersebut merupakan bagian dari pengambilan risiko dan proaktif yang dapat berguna untuk mengatasi krisis (Boers & Henschel, 2021).

#### **4.6.4. Pengaruh Kendali Perilaku yang Dipersepsi terhadap Perilaku *Affordable Loss***

Menurut Ajzen (1991) selain dapat digunakan untuk memprediksi perilaku tertentu melalui intensi perilaku, kendali perilaku yang dipersepsi juga dapat digunakan untuk memprediksi perilaku secara langsung. Hasil analisis dengan menggunakan *partial least square (PLS)* memperlihatkan pengaruh langsung yang positif dari kendali perilaku yang dipersepsi terhadap perilaku *affordable loss* karena nilai *path coefficient* = 0,014 tetapi tidak signifikan karena  $t\text{-statistics} = 0,169 < 1,96$  dan  $p\text{-value} = 0,866 > 0,05$ . Dengan demikian H4 yaitu kendali perilaku memengaruhi perilaku *affordable loss* secara positif dan signifikan tidak didukung oleh data. Hal ini tidak sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (1991) bahwa kendali perilaku yang dipersepsi dapat memengaruhi secara langsung perilaku tertentu. Pada hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kendali perilaku yang dipersepsi memengaruhi perilaku *affordable loss* melalui mediasi dari intensi perilaku. Terwaralaba usaha kecil tampaknya mendasarkan tindakan yang diambil berdasarkan atas intensi yang telah diniatkan sebelumnya dan tidak mengambil tindakan secara langsung, walaupun

merasa telah memiliki kendali penuh, kemampuan, kepercayaan diri, pengetahuan dan keterampilan untuk melakukan perilaku *affordable loss*. Menurut Ajzen (1991) hal ini karena kendali perilaku yang dipersepsi mungkin tidak terlalu realistis ketika seseorang memiliki informasi yang relatif sedikit tentang perilaku tersebut, ketika persyaratan atau sumber daya yang tersedia telah berubah, atau ketika elemen baru dan asing telah masuk ke dalam situasi tersebut.

#### **4.6.5. Pengaruh Persepsi Ketidakpastian dalam Hubungan antara Intensi Perilaku dengan Perilaku *Affordable Loss***

Menurut Ajzen dan Fishbein (1980) hubungan antara intensi dan perilaku tidak selalu sempurna karena berbagai peristiwa dapat mengintervensi antara pengukuran niat dan pengamatan perilaku. Hal ini juga berlaku dalam hubungan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil. Hubungan tersebut dapat diintervensi oleh persepsi ketidakpastian. Persepsi ketidakpastian ini merupakan ketidakpastian dalam bisnis karena kondisi pandemi.

Berdasarkan hasil analisis untuk mengetahui efek moderasi dari persepsi ketidakpastian dalam hubungan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss*, diperoleh hasil yang positif yaitu 0,103. Artinya persepsi ketidakpastian memperkuat hubungan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss*, namun efeknya lemah dan tidak signifikan karena  $t\text{-statistics} = 1,213 < 1,96$  dan  $p\text{-value} = 0,225 > 0,05$ . Dengan demikian H5 tidak didukung oleh data.

Penelitian He dan Li (2023) yang menguji efek moderasi dari ketidakpastian lingkungan dalam hubungan antara *affordable loss* dengan tindakan *entrepreneurial* lanjutan, juga menunjukkan efek yang lemah dan tidak signifikan. Bahkan memperlihatkan hasil yang bertolak belakang dibandingkan dengan hipotesis yang ditentukan, di mana hasil pengujian menunjukkan efek negatif dari persepsi ketidakpastian. Hal ini berarti bahwa persepsi ketidakpastian dapat melemahkan hubungan antara *affordable loss* dengan tindakan *entrepreneurial* lanjutan. Dalam penelitian ini walaupun efek ketidakpastian bersifat lemah namun masih dapat

memperkuat hubungan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss*. Lemahnya efek persepsi ketidakpastian karena peran pewaralaba yang terus memandu terwaralaba usaha kecil ketika menghadapi kondisi ekonomi yang tidak menguntungkan, seperti dari hasil wawancara (Tabel 4.20), yaitu memberikan bantuan dan arahan yang memotivasi terwaralaba untuk tetap berusaha dan memanfaatkan peluang yang tersedia. Dengan demikian kondisi ketidakjelasan perubahan lingkungan, kesulitan untuk mengetahui bagaimana bisnis akan berkembang di masa depan dan kesulitan evaluasi tentang peluang bisnis yang akan berkembang, dirasa tidak memberikan dampak kuat bagi terwaralaba usaha kecil untuk melakukan perilaku *affordable loss*.

#### **4.6.6. Pengaruh Pembelajaran dari Pengalaman Krisis dalam Hubungan antara Intensi Perilaku dengan Perilaku *Affordable Loss***

Pembelajaran dari pengalaman krisis merupakan pelajaran bagaimana mengelola bisnis berdasarkan pengalaman di masa pandemi. Terwaralaba usaha kecil memperoleh banyak pengalaman tentang hal-hal yang patut dilakukan ketika menghadapi situasi krisis.

Berdasarkan hasil analisis untuk mengetahui efek moderasi dari pembelajaran dari pengalaman krisis dalam hubungan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* diperoleh hasil yang positif yaitu 0,034. Artinya pembelajaran dari pengalaman krisis memperkuat hubungan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss*, namun efeknya lemah dan tidak signifikan karena  $t\text{-statistics} = 0,410 < 1,96$  dan  $p\text{-value} = 0,682 > 0,05$ . Dengan demikian H6 tidak didukung oleh data.

Efek dari pembelajaran dari pengalaman krisis lebih lemah daripada persepsi ketidakpastian. Tampaknya responden dari terwaralaba usaha kecil tidak menganggap krisis karena Covid-19 sebagai pembelajaran bagaimana mengelola usaha ketika krisis, bagaimana lebih waspada terhadap perkembangan bisnis, lebih mampu mengevaluasi tujuan usaha, memperluas perilaku dan bagaimana dapat menangani tantangan dengan lebih baik.

Usaha yang relatif bertahan dan terus berjalan selama masa pandemi makin memperkuat hal tersebut. Hal ini juga karena respons cepat dari pewaralaba (*franchisor*) yang mengindikasikan kelincahan (*agility*) dan fleksibilitas dari bisnis waralaba, serta resiliensi usaha berdampak pada bagaimana usaha mengatasi dampak krisis (Goncalves & Fischer, 2020).

Tampaknya ini berbeda dengan temuan Marcazzan, Campagnolo dan Gianecchini (2021) bahwa pengalaman krisis sebelumnya meningkatkan kemungkinan mengadopsi tindakan antisipasi proaktif sambil mengurangi kemungkinan mengadopsi strategi reaktif murni.

#### **4.6.7. Perbandingan Nilai Rata-Rata Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku yang Dipersepsi, Intensi Perilaku dan *Affordable Loss* Berdasarkan Lokasi Usaha**

Analisis perbandingan nilai rata-rata sikap, norma subjektif, kendali perilaku yang dipersepsi, intensi perilaku dan *affordable loss* berdasarkan lokasi usaha di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi memperlihatkan bahwa hanya pada variabel kendali perilaku yang dipersepsi dan intensi perilaku terdapat perbedaan nilai-nilai rata-rata yang signifikan. Pada variabel kendali perilaku yang dipersepsi, perbedaan tersebut terdapat pada indikator ke-4 yaitu “saya memiliki pengetahuan untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan”. Perbedaan tersebut terjadi pada responden yang memiliki usaha di Jakarta dengan Bogor, serta Bogor dengan Depok. Nilai rata-rata untuk responden di Jakarta (3,95) lebih besar daripada di Bogor (3,35). Sementara nilai rata-rata responden di Bogor (3,35) lebih kecil daripada di Depok (4,20). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden di Depok, memiliki keyakinan mengenai pengetahuan untuk melakukan perilaku *affordable loss* yang lebih tinggi daripada responden di kota Bogor, dan juga dengan kota lain (Jakarta, Tangerang, Bekasi) walau tidak signifikan.

Sementara pada variabel intensi perilaku, perbedaan tersebut terdapat pada indikator ke-2 yaitu “saya siap melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan”. Perbedaan tersebut terjadi pada responden yang memiliki usaha di Bogor dengan Depok, Bogor dengan Bekasi, Bekasi dengan Tangerang, dan Depok dengan Tangerang. Nilai rata-rata responden di Bogor (3,70) lebih kecil daripada di Depok (4,35). Sementara nilai rata-rata responden di Bogor (3,70) juga lebih kecil daripada di Bekasi (4,36). Selanjutnya nilai rata-rata responden di Bekasi (4,36) lebih besar daripada di Tangerang (3,75), dan nilai rata-rata responden di Depok (4,35) lebih besar daripada responden di Tangerang (3,75). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden di Bekasi memiliki kesiapan yang lebih tinggi untuk bertindak *affordable loss* dibandingkan responden di Bogor, walaupun tidak berbeda secara signifikan dengan responden di Jakarta, Depok, dan Bekasi.

#### **4.7. Novelti Penelitian**

Novelti di dalam penelitian ini adalah penggunaan *Effectuation Theory* (Sarasvathy, 2001) yang di dalamnya terdapat perilaku *affordable loss*, yang diintegrasikan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), memberikan perspektif baru mengenai perilaku wirausaha. Perilaku dipengaruhi oleh intensi yang selanjutnya dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif dan kendali perilaku yang dipersepsi. Jeda waktu antara intensi dengan perilaku *affordable loss* dipengaruhi oleh persepsi ketidakpastian dan pembelajaran dari pengalaman krisis. Penelitian terdahulu terbatas pada intensi perilaku dari wirausaha namun tidak dikaitkan dengan perilaku lanjutan, dan juga variabel yang memengaruhi hubungan antara intensi dengan perilaku *affordable loss*. Dengan demikian dikembangkan *Theory of Planned Behavior* yang terintegrasi dengan perilaku *affordable loss* pada wirausaha khususnya pada terwaralaba usaha kecil.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan pada rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis, hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sikap memengaruhi perilaku *affordable loss* secara positif dan signifikan melalui intensi perilaku pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.
2. Norma subjektif tidak memengaruhi perilaku *affordable loss* melalui intensi perilaku secara positif dan signifikan pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.
3. Kendali perilaku yang dipersepsi memengaruhi perilaku *affordable loss* secara positif dan signifikan melalui intensi perilaku pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.
4. Kendali perilaku yang dipersepsi tidak memengaruhi perilaku *affordable loss* secara positif dan signifikan pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.
5. Persepsi ketidakpastian tidak memengaruhi hubungan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* secara positif dan signifikan. Efek moderasi dari persepsi ketidakpastian bersifat positif dan lemah pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.
6. Pembelajaran dari pengalaman krisis tidak memengaruhi hubungan antara intensi perilaku dengan perilaku *affordable loss* secara positif dan signifikan. Efek moderasi dari pembelajaran dari pengalaman krisis bersifat positif dan lemah pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek.
7. Terdapat perbedaan kendali perilaku yang dipersepsi dan intensi perilaku pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek, sementara untuk sikap, norma subjektif dan perilaku *affordable loss*, tidak terdapat perbedaan yang signifikan.



## 5.2. Implikasi

Hasil penelitian ini memberikan implikasi teoritis dan praktis yaitu sebagai berikut:

### 5.2.1 Implikasi Teoritis

1. Sikap dan kendali perilaku yang dipersepsi memengaruhi perilaku *affordable loss* melalui intensi perilaku secara positif dan signifikan pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek. Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (1991). Sementara norma subjektif tidak memengaruhi perilaku *affordable loss* melalui intensi perilaku. Hal ini memperkuat temuan dari Botetzagias *et al.* (2015), Armitage & Corner (2001) dan Bagozzi *et al.* (2000) bahwa norma subjektif merupakan komponen terlemah di dalam *Theory of Planned Behavior*. Jika sikap dan kendali perilaku yang dipersepsi memiliki pengaruh langsung terhadap intensi perilaku, maka norma subjektif akan menunjukkan hal sebaliknya. Hal ini juga memperkuat temuan Anderson (2023) bahwa dalam situasi di mana risiko dan komitmen memiliki dampak signifikan, sikap dan kendali perilaku yang dipersepsi memainkan peran yang signifikan juga, tetapi tidak untuk norma subjektif. Pada penelitian ini terwaralaba yang merupakan pemilik usaha kecil memperlihatkan bahwa sikap dan kendali perilaku yang dipersepsi memberikan dampak yang lebih kuat terhadap intensi perilaku daripada norma subjektif, yang selanjutnya memengaruhi perilaku *affordable loss*, karena bisnis waralaba yang dijalankan lebih terkait dengan risiko pribadi daripada yang menyangkut keluarga dan teman dekat.
2. Hasil penelitian ini berkontribusi pada penerapan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (1991) dalam hal memprediksi perilaku *affordable loss* dengan menggunakan sikap dan kendali perilaku yang dipersepsi pada terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek. *Theory of Planned Behavior* yang digunakan untuk memprediksi intensi perilaku secara umum, yang dalam penelitian adalah

perilaku *affordable loss*, yang kemudian dari intensi perilaku tersebut digunakan untuk memprediksi perilaku *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek. Penelitian terdahulu menekankan pada intensi perilaku tertentu tanpa mempertimbangkan perilaku wirausaha secara konkret.

3. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa persepsi ketidakpastian memberikan efek moderasi yang lemah dan positif dalam hubungan antara intensi dengan perilaku *affordable loss* terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis waralaba yang dijalankan terwaralaba dengan dukungan pewaralaba (*franchisor*) memberikan arah yang mendorong keyakinan terwaralaba untuk tetap optimis dalam situasi krisis. Bisnis waralaba dengan konsep yang telah mapan membantu terwaralaba menghadapi ketidakpastian lingkungan usaha di masa krisis.
4. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pembelajaran dari pengalaman krisis memberikan efek moderasi yang lemah dan positif dalam hubungan antara intensi dengan perilaku *affordable loss* terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek. Efek moderasi ini bahkan lebih lemah daripada persepsi ketidakpastian dari terwaralaba usaha kecil. Pembelajaran yang merupakan proses untuk memperoleh dan mengembangkan pengetahuan dari pengalaman masa krisis sebelumnya ternyata belum sepenuhnya dilakukan oleh para terwaralaba usaha kecil di Jabodetabek. Pengalaman krisis terdahulu belum dijadikan bahan pembelajaran bagi terwaralaba usaha kecil apabila menghadapi krisis-krisis yang lain.

### **5.2.2 Implikasi Empiris**

Implikasi empiris dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Para terwaralaba usaha kecil yang tetap bertahan dalam lingkungan usaha yang tidak stabil menunjukkan perilaku *affordable loss*, sebagai bagian dari tindakan yang berani mengambil risiko dan proaktif, yang sesuai dengan situasi yang dihadapi pemilik usaha pada umumnya.

2. Situasi krisis pada masa pandemi Covid-19 tidak menyurutkan langkah terwaralaba usaha kecil untuk tetap melanjutkan usaha. Hal ini memperlihatkan bahwa bisnis waralaba dengan sistem bisnis yang relatif teruji dan pewartalaba (*franchisor*) yang proaktif menjadi kunci resiliensi bagi model bisnis waralaba.

### 5.3. Keterbatasan

Adapun keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan pengukuran variabel *affordable loss* yang telah dikembangkan sebelumnya (Chandler, DeTienne, McKelvie, Troy, Mumford, 2011), namun menurut Martina (2019) *affordable loss* melibatkan aspek lain yaitu dimensi kemampuan (*ability*). Penelitian berikutnya dapat mengembangkan dan memvalidasi skala kemampuan dan mengintegrasikan dengan pengukuran yang telah ada.
2. Penelitian ini dilakukan pada masa pemulihan ekonomi setelah pandemi Covid-19 sehingga perilaku *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil tidak dapat dipisahkan dengan kondisi saat itu. Penelitian mengenai perilaku *affordable loss* dari wirausaha lain pada situasi yang berbeda, memungkinkan akan diperoleh hasil yang berbeda pula.
3. Jangka waktu mulai dari intensi perilaku hingga terjadi perilaku *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil mungkin memerlukan waktu yang lama untuk diinvestigasi dan diukur. Oleh karena itu, efektivitas model mediasi dari intensi perilaku *affordable loss* dari terwaralaba usaha kecil yang dimoderasi oleh persepsi ketidakpastian dan pembelajaran dari pengalaman krisis ini dari waktu ke waktu dapat kembali diteliti di masa depan.

### 5.4. Saran

Adapun saran-saran yang dapat diajukan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi mengenai penerapan *Theory of Planned Behavior* mengenai bagaimana terwaralaba usaha kecil berperilaku ketika merespons kondisi krisis akibat pandemi.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penyusunan strategi resiliens usaha kecil khususnya bagi usaha kecil yang menjalankan usaha sebagai terwaralaba ketika menghadapi krisis yang mungkin bisa terjadi lagi di masa mendatang, dengan berbasis pada perilaku wirausaha khususnya *affordable loss*. Sementara bagi regulator, kebijakan yang akan diambil dapat didasarkan atas perilaku wirausaha sehingga program yang direncanakan dan dijalankan untuk usaha kecil dapat lebih tepat guna dan sasaran, serta dapat mendukung kesiapsiagaan dan respons terhadap krisis. Bentuk kebijakan yang diambil terkait dengan pembentukan pola pikir yang memengaruhi perilaku pengambilan risiko dalam situasi ketidakpastian khususnya yang terkait sikap yaitu perilaku *affordable loss* adalah baik dan menguntungkan, serta kendali perilaku yang dipersepsi, yaitu kendali penuh, kemampuan, kepercayaan diri, pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk bertindak.
3. Bagi terwaralaba usaha kecil, untuk melakukan perilaku *affordable loss* sebagai tindakan terbaik di dalam lingkungan bisnis yang tidak menentu, diperlukan sikap yang positif, kepercayaan diri, kendali penuh, kemampuan, pengetahuan dan keterampilan yang memadai. Selain itu juga lebih memberikan perhatian pada proses pembelajaran agar dapat mengantisipasi situasi yang tidak pasti.
4. Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai perilaku *affordable loss* dari terwaralaba yang merupakan pemilik usaha kecil khususnya ketika mereka menghadapi situasi krisis karena pandemi Covid-19 dan kemampuan mereka untuk bertahan ketika menghadapi situasi ketidakpastian. Dengan demikian pada penelitian selanjutnya dapat dikembangkan variabel-variabel lain yang dapat mengungkap lebih jelas perilaku *affordable loss* pemilik usaha

kecil ketika menghadapi situasi yang berbeda, dalam lingkungan bisnis yang penuh ketidakpastian.

5. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa para terwaralaba usaha kecil melakukan tindakan *affordable loss* namun tidak memberikan bukti empiris mengenai dampaknya terhadap kinerja usaha mereka. Dengan demikian pada penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel kinerja usaha sebagai dampak dari perilaku *affordable loss* yang dijalankan.

### **5.5. Luaran Penelitian**

Adapun luaran penelitian ini adalah:

1. International Research Journal of Economics and Management Studies, Volume 2 Issue 3 August 2023 / Pg. No: 348-352, ISSN: 2583 – 5238, The Role of Intention in the Relationship between Perceived Behavioral Control and Affordable Loss Behavior of SME Owners in Jakarta, Indonesia.
2. International Journal of Application on Economics and Business, Volume 2, Issue 1, 2024. ISSN: 2987-1972, Predicting Affordable Loss Behavior Using Theory of Planned Behavior for SME Owner in Jakarta Greater Area, Indonesia
3. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Vol. 8, No. 1, April 2024: hlm 47-62, Affordable Loss of SMEs Franchisee: The Role of Perceived Uncertainty and Learning from Crisis Experience.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abhari, S., Jalali, A., Jaafar, M., Tajaddini, R (2021). The impact of Covid-19 pandemic on small businesses in tourism and hospitality industry in Malaysia, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Emerald Publishing Limited 1471-5201 DOI 10.1108/JRME-07-2020-0091.
- Abuhussein, T., Barham, H. and Al-Jaghoub, S. (2021). The Effect of Covid-19 on Small Medium Enterprises: Empirical Evidence from Jordan, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, © Emerald Publishing Limited 1750-6204 DOI 10.1108/JEC-03-2021-0043.
- Adam, A.F., Fayolle, A. (2015). Bridging the entrepreneurial intentions-behaviour gap: the role of commitment and implementation intentions, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 25, No. 1, pp. 36-54.
- Aftab, R., Naveed, M., Hanif, S. (2020). An analysis of Covid-19 implication for smes in Pakistan, *Journal of Chinese Economic and Foreign Trade Studies*, Vol. 14, No. 1, pp. 74-88, Emerald Publishing Limited 1754-4408, doi 10.1108/JCEFTS-08-2020-0054.
- Ajzen, I (1985). *From intention to actions: A theory of planned behavior*. In J. Kuhl & J Beckmann (Eds), *Action-control: From cognition to behavior* (pp. 11-39). Springer.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211, 1991.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior, *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 80 No. 6, pp. 2918-2940.
- Ajzen, I & Fishbein, M (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Alsos, G.A., Clausen, T.H., Hytti, U., & Solvoll, S. (2016). Entrepreneurs' social identity & the preference of casual & effectual behaviours in start-up processes. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28 (3-4), 234-258.
- Ansoff, H.I. (1965), *Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion*, McGraw-Hill, New York, NY.
- Anderson, J.R. (2023). The role of subjective norms in developing entrepreneurial intentions in university students, *Journal of Strategy & Management*, Emerald Publishing Limited 1755-425X, DOI 10.1108/JSMA-10-2022-0190.

- Armitage, C.J. & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: a meta-analytic review, *British Journal of Social Psychology*, Vol. 40, pp. 471-499.
- Asian Development Bank (2022). *Southeast Asia Rising from The Pandemic*, DOI: <http://dx.doi.org/10.22617/TCS220093-2>.
- Baber, W.W., Ojala, A., Martinez, R. (2019). Effectuation logic in digital business model transformation insights from Japanese high-tech Innovators, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 26, No. 617, pp. 811-830.
- Bagozzi, R.P., Wong, N., Abe, S., & Bergami M. (2000). Cultural and situational contingencies and the theory of reasoned action: application to fast food restaurant consumption, *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 9 No. 2, pp. 97-106.
- Baron, R.A., & Henry, R.A. (2010). How entrepreneurs acquire the capacity to excel: insights from research on expert performance. *Strategic Entrepreneurship Journal*. <https://doi.org/10.1002/sei.82>.
- Barney, J (1991). Firm resources and sustained competitive advantage, *Journal of Management*, Vol. 17 No. 1, pp 99-120.
- Bashir, G., Saqib, N. (2023). Entrepreneurial tendencies in franchisees: evidence from India, *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 15, No. 1, 2023.
- Bhattachatya, A., Zutshi, A., Bavik, A. (2021). Building resilience for food service businesses in times of crisis: a four-f action plan, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 33, No. 10, pp. 3400-3441.
- Bougie, R., Sekaran, U. (2020). *Research Method for Business, A Skill-Building Approach*, Eight Edition, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- Boers, B., Henschel, T (2021). The role of entrepreneurial orientation in crisis management: evidence from family firms in enterprising communities, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Emerald Publishing Limited 1750-6204 DOI 10.1108/JEC-12-2020-0210.
- Botetzagias, I., Dima, A.F., & Malesios, C. (2015). Extending the theory of planned behavior in the context of recycling: the role of moral norms and of demographic predictors, *Resources, Conservation and Recycling*, Vol. 95, pp. 58-67.

- Bolton, D.L., Lane, M.D. (2011). Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument, *Education & Training*, Vol. 54 no 2/3 pp 219-223, Emerald Group Publishing Limited.
- Brettel, M., Mauer, R., Engelen, A., & Kupper, D (2012). Corporate effectuation: entrepreneurial action & its impact on R & D project performance. *Journal of Business Venturing*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent>, 2011.01.001
- bps.go.id, Industri Mikro dan Kecil, Data Sensus, Diakses pada 17 Oktober 2022, dari: <https://www.bps.go.id/subject/170/industri-mikro-dan-kecil.html>.
- Cai, L., Guo, R., Fei Y., Liu, Z (2017). Effectuation, exploratory learning and new venture performance: Evidence from China, *Journal of Small Business Management*, 55 (3), pp. 388-403.
- Castro, M.P. and Zermeño, M.GG, (2020). Being an entrepreneur post- COVID-19 – resilience in times of crisis: a systematic literature review, *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 13 No. 4, 2021 pp. 721-746 Emerald Publishing Limited 2053-4604 DOI 10.1108/JEEE-07-2020-0246.
- Cooper, D.R., Schindler, P.S. (2006). *Business Research Methods*, 9<sup>th</sup> Edition, New York: Irwin/McGraw-Hill.
- Chandler, G.N., DeTienne, D.R., & Mumford, T.V. (2007). Causation and effectuation: measurement development and validation. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 27 (13), Article 3.
- Chandler, G.N., DeTienne, D.R., McKelvie, A., Troy, V., Mumford, T.V., (2011). Causation and effectuation processes: a validation study, *Journal of Business Venturing*, 26, 375-390.
- Chaston, I., Badger, B., & Sadler-Smith, E. (1999). Organisational learning: research issues and application in SME sector firms, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 5 No. 4, pp. 191-203.
- Chin, W.W. (1995). Partial least square is to LISREL as principal components analysis is to common factor analysis, *Technology Studies*, 2: 315-319.
- Chen, Y., Chow, W.S. (2009). Intended belief and actual behavior in green computing in Hongkong, *The Journal of Computer Information Systems*; Winter 2009; 50, 2; ABI/INFORM Global, pg 136-141
- Cope, J. (2003). Entrepreneurial learning and critical reflection. Discontinuous as triggers for higher-level learning, *Management Learning*, Sage Publications, Vol. 34, No. 4, pp. 429-450.



- Cope, J. (2011). Entrepreneurial learning from failure: an interpretative phenomenological analysis, *Journal of Business Venturing*, Vol. 26, No. 6, pp. 604-623.
- Dada, O., Watson, A., Kirby, D (2015). Entrepreneurial tendencies in franchising: evidence from the UK, *Journal of Small Business and Enterprises Development*, Vol. 22, No. 1., 2015, pp 82-98.
- Dayour, F., Adongo, C.A., Amuquandoh, F.E., Adam, I (2020). Managing the COVID-19 crisis: coping and post-recovery strategies for hospitality and tourism businesses in Ghana, *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, Vol. 4 No. 4, 2021 pp. 373-392 Emerald Publishing Limited 2514-9792, DOI: 10.1108/JHTI-08-2020-0150.
- Daniel, E.M., Domenico, M.D., & Sharma, S (2014). Effectuation and home-based online business entrepreneurs. *International Small Business Journal*. <https://doi.org/10.1177/0266242614534281>
- Dew, N., Sarasvathy, S.D., Read, S., & Wiltbank, R (2009). Affordable loss: behavioral economics aspects of the plunge decision, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3, 105-126, published online in Wiley InterScience, DOI: 10.1002/sej.66
- Dew, N., Read, S., Sarasvathy, S.D., & Wiltbank, R (2015). Entrepreneurial expertise and the use of control, *Journal of Business Venturing Insights*. <https://doi.org/10.1016/J.JBVL.2015.09.001>
- Doern, R. (2016). Entrepreneurship and crisis management: the experiences of small businesses during the London 2011 riots, *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, Vol. 34 No. 3, pp. 276-302.
- Doern, R., Williams, N. and Vorley, T. (2019). Special issue on entrepreneurship and crises: business as usual? An introduction and review of the literature, *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 31 Nos 5-6, pp. 400-412.
- Duncan, R.B. (1972). The characteristics of organizational environments and perceived environmental uncertainty, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 17 No. 3, pp. 313-327.
- Engel, Y., Dimitrova, N.G., Khapova, S.N., & Elfring, T (2014). Uncertain but able: entrepreneurial self-efficacy and novices use of expert decision-logic under uncertainty, *Journal of Business Venturing Insights*. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2014.09.002>
- Edelman, L.F., Manolova, T.S. and Brush, C.G. (2008). Entrepreneurship education: correspondence between practices of nascent entrepreneurs and textbook

prescriptions for success, *Academy of Management Learning and Education*, Vol. 7 No. 1, pp. 56-70.

ekonomi.bisnis.com. Diakses pada 15 Desember 2023, dari: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20130301/12/138429/waralaba-ukm-sudah-capai-10-dot-000-merek>

entrepreneur.bisnis.com. Diakses pada 15 Desember 2023, dari: bisnis.com, diakses pada 15 Desember 2023, dari <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20220625/263/1547836/prospek-bisnis-waralaba-2022-kian-menggiurkan>

Ericsson, K.A., Krampe, R.T., & Tesch-Romer, C. (1993). The role of deliberate practice in the acquisition of expert performance, *Psychological Review*. <https://doi.org/10.1037/0033-295x.100.3.363>

Evald, M.J., & Senderovitz, M (2013). Exploring interval corporate venturing in SMEs: effectuation at work in a new context, *Journal of Enterprising Culture*. <https://doi.org/10.1142/S021849581350012x>

Eyana, S.M., Masonel, E., Paas, L.J. (2017). Causation & effectuation of Ethiopian entrepreneurs, implications on performance of small tourism firms, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Emerald Publishing Limited, 1462-6004, DOI 10.1108/IJSBED-02-2017-0079.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley.

Fisher, G. (2012). Effectuation, causation, and bricolage: a behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research, *Entrepreneurship Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00537.x>

Frese, T., Geiger, I. and Dost, F (2020). An empirical investigation of determinants of effectual and causal decision logics in online and high-tech start-up firms, *Small Business Economics*, Vol. 54, No. 3, pp. 641-664.

Funken, R., Gielnik, M.M. and Foo, M. Der. (2020). How can problems be turned into something good? The role of entrepreneurial learning and error mastery orientation, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 44, No. 2, pp. 315-338.

Garonne, C., & Davidsson, P (2010). Do strategy choices matter for nascent firms? Effectuation in the early stages of venture creation, *2010 Academy of Management Annual Meeting Proceedings Academy of Management*. <http://eprints.qut.edu.au/39692/1/c39692.pdf>

- George, G (2005). Slack resources and the performance of privately held firms. *Academy of Management Journal*.  
<https://doi.org/10.5465/AMJ.2005.17843944>.
- Gerba, D. (2012). Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of Business and Engineering Students in Ethiopia, *African Journal of Economics and Management Studies*, 3, 258-277.  
<https://doi.org/10.1108/20400701211265036>
- Guo, Q., Johnson, C.A., Unger, J.B., Lee, L., Xie, B., Chou, C.P., Palmer, P.H., Sun, P., Gallaher, P., & Pentz, M.A. (2007). Utility of the theory of reasoned action and theory of planned behavior for predicting Chinese adolescent smoking. *Addictive Behaviors*, 32(5), 1066-1081.
- Guo, R., Cai, L., & Zhang, W. (2016). Effectuation and causation in new internet venture growth. *Internet Research*. <https://doi.org/10.1108/IntR-01-2015-0003>.
- Gueguen, D.S., Fayolle, A. (2019). Crossing the entrepreneurial Rubicon: a longitudinal investigation, *Journal of Small Business Management*, Vol. 57, No. 3, pp. 1044-1065.
- Ghozali, I (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*, Edisi 4, Semarang: Badan Penerbit Universitas Semarang.
- Goncalves, M.D., & Fischer, B.B. (2020). Brazilian franchise startups and the Covid-19 crisis: effects of the franchising decision, *Conference Paper, Seminarios em Administracao, XXIII SemeAd*.  
<https://www.researchgate.net/publication/348608131>
- Hair, J.F.J., Lack, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., & Tatham, R.L. (2008). *Multivariate Data Analysis*, 6<sup>th</sup> edition, New York: Pearson Prentice Hall.
- Hair, J.F.J., Hult, G.T., Ringle, C.M., Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, Third Edition, Singapore: Sage.
- Haneberg, D.H. (2020). SME's manager learning from crisis, and effectual behavior, *Journal of Small Business and Enterprise Development* © Emerald Publishing Limited 1462-6004 DOI 10.1108/JSBED-01-2021-0009.
- Haynie, J.M., Shepherd, D., Mosakowski, E., Christopher, E.P. (2010). A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset. *Journal of Business Venturing*. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2008.10.001>
- He, L-H., Li, Teng. (2023). How entrepreneurial implementation intentions moves toward subsequent actions: affordable loss and environmental uncertainty, *Emerald Publishing Limited, Chinese Management Studies*, DOI 10.1108/CMS-08-2022-0307

- Herbane, B. (2018). Rethinking organizational resilience and strategic renewal in SMEs, *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 31 Nos 5/6, pp. 476-495, doi: 10.1080/08985626.2018.1541594.
- Higgins, D., & Aspinall, C. (2011). Learning to learn: a case for developing small firm owner/managers, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 18 No.1, pp. 43-57.
- Hu, M.K., & Kee, D.M.H. (2021). Fostering sustainability: reinventing SME strategy in the new normal (Malaysia), *Emerald Publishing Limited*, ISSN 1463-6689.
- Islam, A., Zawawi, N.F.M., Wahab, S.A. (2021). Rethinking survival, renewal, and growth strategies of smes in Bangladesh: the role of spiritual leadership in crisis situation, *PSU Research Review*, Emerald Publishing Limited 2399-1747 DOI 10.1108/PRR-02-2021-0010.
- Issawi, C. (1978). The 1973 oil crisis and after, *Journal of Post Keynesian Economics*, 1(2), 3-26.
- Jogiyanto H.M. (2011). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Mulder, M., Lans, T., & Chizari, M. (2013). *The Influence of Personality Characteristics on Students' Entrepreneurial Intentions Within the Theory of Planned Behavior*. Paper presented at 2013 Annual Meeting American Educational Research Association, San Francisco, California.
- Kuckertz, A., Brändle, L., Gaudig, A., Hinderer, S., Reyes, C.A.M., Prochotta, A. and Berger, E.S. (2020). Startups in times of crisis – a rapid response to the COVID-19 pandemic, *Journal of Business Venturing Insights*, Vol. 1.
- Kronblad, C., Pregmark, J.E. (2021). Responding to Covid-19 crisis: the rapid turn toward digital business models, *Journal of Science and Technology Policy Management*, Emerald Publishing Limited 2053-4620, DOI 10.1108/JSTPM-10-2020-0155.
- Krueger, N.F. (2002), *Entrepreneurship: Critical Perspectives on Business and Management*, Taylor and Francis, Philadelphia, PA.
- Kolb, D.A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- La Barbera, F., & Ajzen, I. (2021). Moderating role of perceived behavioral control in the theory of planned behavior: a preregistered study, *Journal of Theoretical Social Psychology*, 5:35-45, DOI: 10.1002/jts5.83.

- Laskovaia, A., Marino, L., Shirokova, G. and Wales, W. (2019). Expect the unexpected: examining the shaping role of entrepreneurial orientation on causal and effectual decision-making logic during economic crisis, *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 31 Nos 5–6, pp. 456-475.
- Liu, M.T., Liu, Y., Mo, Z. (2019). Moral norms is the key, an extension of the theory of planned behaviour (TPB) on Chinese Consumers' green purchase intention, *Asia Pacific Journal of Marketing & Logistics*, Vol. 32 No. 8, 2020 pp 1823-1841, *Emerald Publishing Limited* 1355-5855, DOI 10.1108/APJML-05-2019-0285.
- Malhotra, N.K., (2020). *Marketing Research, An Applied Orientation*, Seventh Edition, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
- Martina, R.A. (2019). Toward a theory of affordable loss, *Small Business Economics*, An Entrepreneurship Journal.
- Martinelli, E., Tagliazucchi, G. and Marchi, G. (2018). The resilient retail entrepreneur: dynamic capabilities for facing natural disasters, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 24 No. 7, pp. 1222-1243.
- Marcazzan, E., Campagnolo, D., Gianecchini, M. (2021). Reaction or anticipation? Resilience in small and medium sized enterprises, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *Emerald Publishing Limited*, 1462-6004 DOI 10.1108/JSBED-07-2021-0271.
- Mitchell, J.R., Smith, J.B., Gustafsson, V., Davidsson, P., & Mitchell, R.K. (2005). Thinking about thinking: exploring how entrepreneurial metacognition affects entrepreneurial expertise. *Presented at: The Babson Research Conference, June 10, 2005*, Wellesley, M.A: Babson College.
- McKibbin and Fernando (2020). The economic impact of Covid-19, *book chapter Economics in the time of crisis*, edited by Richard Baldwin and Beatrice Weder di Mauro, A. VoxEU.org Book, CEPR Press.
- McGowan, P. (2018). The impact of effectuation on small firm buying decisions, *IMP Journal*, Vol. 12, No. 3, pp. 444-459.
- national.kontan.co.id, 1 Desember 2021. Industri Waralaba Tetap Tumbuh di Tengah Pandemi dan Sokong Ekonomi Indonesia. Diakses pada 3 Oktober 2022, dari: <https://nasional.kontan.co.id/news/industri-waralaba-tetap-tumbuh-di-tengah-pandemi-dan-sokong-ekonomi-indonesia>
- Newbert, S.L. (2012). Marketing amid the uncertainty of the social sector: do social entrepreneurs follow best marketing practices? *Journal of Public Policy & Marketing*. <https://doi.org/10.1509/jppm.11.038>

- Pacho, T.F., Mushi, H (2020). The effect of effectuation set of means on new venture performance: flexibility principle as a mediating factor, *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 13, No. 5, pp.819-837.
- Perry, J., Chandler, G. and Markova, G. (2012). Entrepreneurial effectuation: a review and suggestions for future research, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 36, No. 4, pp. 837-861.
- Painter, D. (2014). Oil and geopolitics: The oil crises of the 1970s and the cold war, *Historical Social Research/Historische Sozialforschung*, 39(4(150)), 186–208.
- Prasetyantoko, A (2008). *Bencana Finansial, Stabilitas Sebagai Barang Publik*, cetakan ketiga November 2008, Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Porter, M. (1980), *Competitive Strategy*, Free Press, New York, NY.
- Politis, D. (2008). Does prior start-up experience matter for entrepreneurs learning? A comparison between novice and habitual entrepreneurs, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 15, No. 3, pp. 472-489.
- Purnomo, B.R., Adiguna, R., Widodo., Suyatna, H., Nusantoro, B.P. (2021). Entrepreneurial resilience during the Covid-19 pandemic: navigating survival, continuity and growth, *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 13, No. 4, pp 497-524, *Emerald Publishing Limited* 2053-4604, DOI 10.1108/JEEE-07-2020-0270.
- Pfeffer, J. (1993). Barriers to the advance of organizational science: paradigm development as an independent variable, *Academy of Management Review*, Vol. 18, No. 4, pp. 599-620.
- Priyono, A., Moin, A., Aini, V.N., Putri, O., (2020). Identifying digital transformation paths in the business model of smes during the Covid-19 pandemic, *Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity*, 6, 104; doi: 10.3390/joitmc6040104.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. and Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: an assessment of past research and suggestions for the future, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33 No. 3, pp. 761-787.
- Roach, D.C., Ryman, J.A., Makani, J (2016). Effectuation, Innovation and Performance in SMEs: an Empirical Study, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 19, No. 2, pp. 214-238.
- Read, S., Song, M., & Smit, W (2009). A meta-analytic review of effectuation and venture performance. *Journal of Business Venturing*.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.02.005>

- Sarasvathy, S.D. (2001). Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency, *Academy of Management Review*, 26 (2), 243-263.
- Sarasvathy, S.D., & Dew, N (2003). Effectual networks: a pre-commitment approach to bridging the gap between opportunism & trust. *Presented at: Academy of Management Annual Meeting in Seattle*.
- Sarasvathy, S. and Dew, N. (2005). Entrepreneurial logics for a technology of foolishness”, *Scandinavian Journal of Management*, Vol. 21 No. 4, pp. 385-406.
- Sanchez, G (2013). *PLS Path Modelling with R*, Trowchez Editions, Berkeley.
- Scarborough, N.M., & Cornwall, J.R. (2015). *Entrepreneurship an Effective Small Business Management*, Eleventh Edition, Essex: Pearson.
- Schwandt, D.R. (2005). When managers become philosophers: integrating learning with sensemaking”, *The Academy of Management and Education*, Vol. 4, No. 2, pp. 176-192.
- Schlesinger, L.A. and Kiefer, C.F. (2012), *Just Start: take Action, Embrace Uncertainty, Create the Future*, Harvard Business Review Press, Boston, MA.
- Spanaki, M.Z., Papatheodorou, A., Pappas, N. (2021). Tourism in the post Covid-19 era: evidence from hotels in the North East of England, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 13, No. 3, pp. 357-368.
- Stokesbury, J. L. (2009). *A short history of World War I*. New York, NY: Harper Collins.
- Shinozaki, S. (2022). Informal Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises and Digitalization: Evidence from Surveys in Indonesia, *ADB Working Paper Series*, No. 1310 March 2022.
- Shook, C.L., Priem, R.L. and McGee, J.E. (2003). Venture creation and the enterprising individual: a review and synthesis, *Journal of Management*, Vol. 29 No. 3, pp. 379-399.
- Tenehaus, M., Vinzi, V.E., Chatelin, Y.M., Lauro, C. (2005). PLS path modeling, *Computational Statistics and Data Analysis*, 48 (1), 159-205.
- Thorgren, S, & Williams, T.A. (2020). Staying alive during an unfolding crisis: how SMEs ward off impending disaster, *Journal of Business Venturing Insights*, Vol. 14, pp. 1-11

- Yacoub, L., ElHajjar, S. (2020). How do hotels in developing countries manage the impact of Covid-19? The case of Lebanese hotels, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 33, No. 3, pp. 929-948.
- Yamakawa, Y., & Cardon, M.S. (2015). Causal ascriptions and perceived learning from entrepreneurial failure, *Small Business Economics*, Vol. 44 No. 4, pp. 797-820.
- Yeon, G., Hong, P.C., Elangovan, N., Divakar, G.M. (2021). Implementing strategic responses in the covid-19 market crisis: a study of small and medium enterprises (Smes) in India, *Journal of Indian Business Research*, Emerald Publishing Limited 1755-4195 DOI 10.1108/JIBR-04-2021-0137.
- Yzer, M & Van Den Putte, B (2014). Control perceptions moderate attitudinal and normative effects on intention to quit smoking. *Psychology of Addictive Behaviors*, 28(4), 1153. <https://doi.org/10.1037/a0037924>.
- Zaazou, Z.A., Abdou, D.S. (2020). Egyptian small and medium sized enterprises' battle against covid-19, *Journal of Humanities and Applied Social Sciences*, Emerald Publishing Limited, 2632-279X, DOI 10.1108/JHASS-09-2020-0161.
- Zhang, S.X., & Cueto, J. (2017). The study of bias in entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 41 No. 3, pp. 419-454.
- Zikmund, W.G., Babin, B.J., Carr, J.C., Griffin, M. (2013). *Business Research Methods*, Ninth Edition, South-Western, Cengage Learning.



## LAMPIRAN: KUESIONER

Yang terhormat Bapak/Ibu pemilik/pengelola usaha.  
Perkenalkan, nama saya Frangky Selamat, mahasiswa program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Tarumanagara. (NIM: 118211002). Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian disertasi saya mengenai perilaku wirausaha. Besar harapan saya Bapak/Ibu dapat mengisi dan memberikan tanggapan atas seluruh pernyataan ini dengan sebenar-benarnya. Pengisian dapat dilakukan kurang dari sepuluh menit. Seluruh jawaban yang diberikan hanya digunakan untuk keperluan penelitian ini saja dan data yang diberikan dijamin kerahasiaannya.

Terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini.

Salam hormat,

Frangky Selamat

### **Petunjuk Pengisian**

Berikanlah tanda silang (x) untuk satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu paling sesuai.

Pada masa pandemi kondisi usaha saya:

1. Terus beroperasi seperti biasa.
2. Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.

Jenis kelamin:

1. Pria.
2. Wanita.

Usia saya:

1. Di bawah 20 tahun.
2. 20-30 tahun.
3. 31-40 tahun.
4. 41-50 tahun.
5. 51-60 tahun.
6. Di atas 60 tahun.

Bidang usaha saya:

1. Kuliner.
2. Laundry.
3. Pendidikan.
4. Pangkas rambut.
5. Salon.
6. Lain-lain.

Lama usaha saya telah berdiri:

1. Kurang dari 1 tahun.
2. 1-5 tahun.
3. 6-10 tahun.
4. Lebih dari 10 tahun.

Lokasi usaha saya berada di:

1. Jakarta.
2. Bogor.
3. Depok.
4. Tangerang.
5. Bekasi.
6. Lain-lain.

#### **Petunjuk Pengisian**

Pada bagian ini Bapak/Ibu diminta untuk memilih dengan memberikan tanda silang (x) dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5) berdasarkan pernyataan-pernyataan yang diberikan. Sebagai informasi, “tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung” adalah tindakan wirausaha yang bertindak untuk mengantisipasi kerugian yang mungkin terjadi dan siap menanggung jika itu terjadi.

1. Menurut saya, melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha saya adalah tindakan yang baik.  
(...) Sangat setuju.  
(...) Setuju.  
(...) Netral.  
(...) Tidak setuju.  
(...) Sangat tidak setuju.

2. Menurut saya, melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha saya adalah tindakan yang menguntungkan.
  - (...) Sangat setuju.
  - (...) Setuju.
  - (...) Netral.
  - (...) Tidak setuju.
  - (...) Sangat tidak setuju.
  
3. Keluarga terdekat saya menyetujui saya untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan.
  - (...) Sangat setuju.
  - (...) Setuju.
  - (...) Netral.
  - (...) Tidak setuju.
  - (...) Sangat tidak setuju.
  
4. Teman terdekat saya menyetujui saya untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan.
  - (...) Sangat setuju.
  - (...) Setuju.
  - (...) Netral.
  - (...) Tidak setuju.
  - (...) Sangat tidak setuju.
  
5. Saya memiliki kendali penuh atas tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan.
  - (...) Sangat setuju.
  - (...) Setuju.
  - (...) Netral.
  - (...) Tidak setuju.
  - (...) Sangat tidak setuju.
  
6. Saya memiliki kemampuan untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan.
  - (...) Sangat setuju.
  - (...) Setuju.
  - (...) Netral.
  - (...) Tidak setuju.

(...) Sangat tidak setuju.

7. Saya memiliki kepercayaan diri untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan.

(...) Sangat setuju.  
(...) Setuju.  
(...) Netral.  
(...) Tidak setuju.  
(...) Sangat tidak setuju.

8. Saya memiliki pengetahuan untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan.

(...) Sangat setuju.  
(...) Setuju.  
(...) Netral.  
(...) Tidak setuju.  
(...) Sangat tidak setuju.

9. Saya memiliki keterampilan untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan.

(...) Sangat setuju.  
(...) Setuju.  
(...) Netral.  
(...) Tidak setuju.  
(...) Sangat tidak setuju.

10. Secara umum, saya akan melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan.

(...) Sangat setuju.  
(...) Setuju.  
(...) Netral.  
(...) Tidak setuju.  
(...) Sangat tidak setuju.

11. Saya siap melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan.

(...) Sangat setuju.  
(...) Setuju.  
(...) Netral.

- (...) Tidak setuju.
- (...) Sangat tidak setuju.

12. Saya akan melaksanakan berbagai usaha sehingga saya dapat melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan.

- (...) Sangat setuju.
- (...) Setuju.
- (...) Netral.
- (...) Tidak setuju.
- (...) Sangat tidak setuju.

13. Saya serius untuk melakukan tindakan berdasarkan kerugian yang dapat ditanggung untuk usaha yang saya jalankan.

- (...) Sangat setuju.
- (...) Setuju.
- (...) Netral.
- (...) Tidak setuju.
- (...) Sangat tidak setuju.

14. Saya merasa tidak jelas atas perubahan lingkungan apa yang harus diwaspadai untuk usaha saya.

- (...) Sangat setuju.
- (...) Setuju.
- (...) Netral.
- (...) Tidak setuju.
- (...) Sangat tidak setuju.

15. Kondisi ketika pandemi membuat saya sangat sulit untuk mengetahui bagaimana lingkungan bisnis akan berkembang di masa depan.

- (...) Sangat setuju.
- (...) Setuju.
- (...) Netral.
- (...) Tidak setuju.
- (...) Sangat tidak setuju.

16. Saya merasa sangat sulit untuk mengevaluasi bagaimana peluang bisnis akan berkembang.

- (...) Sangat setuju.
- (...) Setuju.

- (....) Netral.
- (....) Tidak setuju.
- (....) Sangat tidak setuju.

17. Saya telah merenungkan bagaimana saya bisa menghadapi PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) di waktu lalu untuk usaha saya yang saya jalani dengan cara yang lebih baik.

- (....) Sangat setuju.
- (....) Setuju.
- (....) Netral.
- (....) Tidak setuju.
- (....) Sangat tidak setuju.

18. Saya sekarang lebih waspada terhadap perkembangan usaha saya daripada masa sebelum pandemi.

- (....) Sangat setuju.
- (....) Setuju.
- (....) Netral.
- (....) Tidak setuju.
- (....) Sangat tidak setuju.

19. Berdasarkan pengalaman PPKM lalu, saya telah menjadi lebih mampu mengevaluasi tujuan usaha saya sehubungan dengan situasi saat ini.

- (....) Sangat setuju.
- (....) Setuju.
- (....) Netral.
- (....) Tidak setuju.
- (....) Sangat tidak setuju.

20. Saya telah memperluas perilaku saya sendiri berdasarkan pengalaman dari masa PPKM.

- (....) Sangat setuju.
- (....) Setuju.
- (....) Netral.
- (....) Tidak setuju.
- (....) Sangat tidak setuju.

21. Berdasarkan pengalaman PPKM lalu, saya telah belajar bagaimana saya dapat menangani tantangan dalam usaha saya dengan lebih baik.

- (....) Sangat setuju.
- (....) Setuju.
- (....) Netral.
- (....) Tidak setuju.
- (....) Sangat tidak setuju.

22. Saya berhati-hati untuk tidak menggunakan lebih banyak sumber daya daripada yang dapat saya tanggung untuk kerugian.

- (....) Sangat setuju.
- (....) Setuju.
- (....) Netral.
- (....) Tidak setuju.
- (....) Sangat tidak setuju.

23. Saya berhati-hati untuk tidak mempertaruhkan lebih banyak uang daripada yang saya relakan hilang dari usaha ini.

- (....) Sangat setuju.
- (....) Setuju.
- (....) Netral.
- (....) Tidak setuju.
- (....) Sangat tidak setuju.

24. Saya berhati-hati untuk tidak mempertaruhkan lebih banyak uang sehingga usaha saya akan berada dalam kesulitan keuangan jika segalanya tidak berjalan sesuai harapan.

- (....) Sangat setuju.
- (....) Setuju.
- (....) Netral.
- (....) Tidak setuju.
- (....) Sangat tidak setuju.

Terima kasih Bapak dan Ibu atas kesediaannya mengisi kuesioner ini. Sebagai wujud rasa terima kasih, kepada Bapak dan Ibu akan diberikan insentif senilai Rp 30,000,- yang akan ditransfer melalui e-wallet OVO. Silakan tulis no hp Bapak dan Ibu yang tersambung dengan OVO. Salam hormat.

LAMPIRAN: DATA MENTAH VARIABEL

s1	s2	ns1	ns2	kpd1	kpd2	kpd3	kpd4	kpd5	ip1	ip2	ip3	ip4	kp1	kp2	kp3	pb1	pb2	pb3	pb4	pb5	al1	al2	al3
5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	3	3	5	3	3	3	4	5	4	4	5	3	3
4	4	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5
4	5	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
4	4	3	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	3	4
4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	5	5	3	3	3	5	3	5	3	3	3	5	3
4	5	4	4	5	3	3	3	3	4	4	5	5	3	3	3	3	5	3	3	3	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4
5	4	5	5	5	3	3	5	4	5	4	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	3	4	4



5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	5	4	3	3	4	4	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	4	4	4	4	3	2	3	5	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5
4	4	5	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	5	3	5	3	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	3	5	4	3	4	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	5	5	5
5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4
4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5
5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	3	4	4	3	3	4	4	4
4	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
3	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4

4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5
4	5	4	4	5	3	5	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	4
3	4	4	4	2	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5
4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	3
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	5	5	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5
4	5	4	3	2	2	2	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
4	4	5	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5
3	4	5	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	2	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	3	4	4	3	4	4	3	4	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	2	4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	3	4	2	3	3	4	2	4	5	4	3	3	5	3	4	4	3	4	4	3	5	5
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4
3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
4	5	4	3	2	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	5	4
4	5	5	4	3	4	2	4	3	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	3	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
3	4	4	3	3	2	4	4	3	3	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5
3	4	5	5	5	5	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	3	5	5	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	
3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	
4	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	
3	5	5	3	4	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	
5	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	
4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	3	4	4	4	4	
4	4	4	4	2	2	2	3	2	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	
3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	
4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	
4	4	3	3	2	4	2	2	3	3	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	
4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
3	4	5	5	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	
3	4	3	3	5	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	
4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	
3	3	4	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	3	5	5	5	
4	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5	3	
4	5	3	4	3	4	3	3	3	5	3	3	4	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	
4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	5	5	5	

5	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5
4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	5	5	3	2	3	3	3	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	3
3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	5
4	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5
3	4	3	4	5	5	5	5	5	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	3
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	5	4
3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4
4	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5

4	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	
3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	
3	3	3	3	5	5	4	3	4	4	5	3	4	5	3	3	5	5	5	4	4	5	5	5	
4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	3	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	
5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
3	3	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	3	3	4	5	
4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
3	3	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	3	3	5	5	5	4	4	3	4	
3	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	
3	4	3	3	5	4	5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	5	
3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	
5	5	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5

4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	4	4	5	5
4	5	5	3	2	3	2	3	2	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	5
3	4	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	4	5	4	4	3	5
4	4	5	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
4	4	3	3	3	2	3	2	2	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5
4	5	3	2	3	3	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	5	5	5	3	3	4	5
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4
3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	3	3	3
4	5	3	5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	5	3	3	3	5	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3
3	4	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5

5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	5	4	5	4	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5



LAMPIRAN: DATA MENTAH KARAKTERISTIK RESPONDEN

Pada masa pandemi, kondisi usaha saya	Jenis kelamin:	Pendidikan:	Usia saya:	Bidang usaha saya:	Lama usaha saya telah berdiri:	Lokasi usaha saya:
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Kurang dari 1 tahun.	Tangerang.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Kuliner.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.

Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	6-10 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Bogor.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Tangerang.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Depok.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Depok.

Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Tangerang.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Tangerang.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Pangkas rambut.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	20-30 tahun.	Pendidikan.	Kurang dari 1 tahun.	Bogor.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Bekasi.

Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Depok.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	20-30 tahun.	Laundry.	Kurang dari 1 tahun.	Bekasi.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	20-30 tahun.	Laundry.	1-5 tahun.	Depok.

Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	31-40 tahun.	Laundry.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	31-40 tahun.	Pangkas rambut.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Tangerang.

Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Depok.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Depok.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.

Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Bogor.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Tangerang.

Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Tangerang.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Tangerang.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Depok.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Bekasi.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Bogor.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Salon.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.



Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	6-10 tahun.	Depok.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Lebih dari 10 tahun.	Depok.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Lain-lain.	6-10 tahun.	Depok.

Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Bekasi.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Depok.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.

Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Tangerang.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Lain-lain.	6-10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Lain-lain.	6-10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.

Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	20-30 tahun.	Laundry.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	Di atas 60 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Tangerang.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	51-60 tahun.	Kuliner.	Lebih dari 10 tahun.	Bekasi.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	Di bawah 20 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Depok.

Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Bogor.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Lain-lain.	1-5 tahun.	Bekasi.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	Di bawah 20 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Depok.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.

Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.

Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Bekasi.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Tangerang.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Bogor.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	6-10 tahun.	Bekasi.

Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Bogor.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	Di bawah 20 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	Di bawah 20 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.



Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	6-10 tahun.	Tangerang.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	6-10 tahun.	Jakarta.

Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	Di atas 60 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Bekasi.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	6-10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Kuliner.	Lebih dari 10 tahun.	Bogor.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Pendidikan.	6-10 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Kuliner.	1-5 tahun.	Tangerang.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	6-10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	51-60 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Bogor.

Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	Di bawah 20 tahun.	Lain-lain.	Kurang dari 1 tahun.	Bogor.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	Di atas 60 tahun.	Salon.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	Di atas 60 tahun.	Kuliner.	6-10 tahun.	Tangerang.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	51-60 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Tangerang.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.

Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Tangerang.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	6-10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	51-60 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Depok.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Kurang dari 1 tahun.	Depok.

Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SD atau sederajat.	Di bawah 20 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Depok.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	51-60 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Kurang dari 1 tahun.	Tangerang.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.

Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Kuliner.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Kuliner.	Lebih dari 10 tahun.	Depok.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	Lebih dari 10 tahun.	Bogor.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	Di bawah 20 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.

Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	Di atas 60 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Bogor.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Tangerang.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Bogor.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.

Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	Di atas 60 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Tangerang.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	51-60 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Tangerang.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	51-60 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.



Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Depok.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Bogor.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Kuliner.	1-5 tahun.	Bogor.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	Di atas 60 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	51-60 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Bogor.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Pangkas rambut.	1-5 tahun.	Jakarta.

Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	51-60 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Pangkas rambut.	6-10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	Di atas 60 tahun.	Lain-lain.	6-10 tahun.	Bekasi.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	Di atas 60 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Bogor.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Depok.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	SMP atau sederajat.	51-60 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Bogor.

Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Kuliner.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	Di bawah 20 tahun.	Kuliner.	Kurang dari 1 tahun.	Jakarta.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Bekasi.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMP atau sederajat.	Di bawah 20 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Bogor.
Terus beroperasi seperti biasa.	Wanita.	S1 atau sederajat.	31-40 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Depok.
Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.

Sempat tutup tetapi kembali beroperasi seperti biasa.	Pria.	S1 atau sederajat.	41-50 tahun,	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	1-5 tahun.	Jakarta.
Terus beroperasi seperti biasa.	Pria.	SMA atau sederajat.	20-30 tahun.	Lain-lain.	Lebih dari 10 tahun.	Bogor.

LAMPIRAN: *OUTPUT* SMART-PLS

PATH COEFFICIENTS

	Affordable Loss	Intensi Perilaku	Kendali Perilaku yang Dipersepsi	Norma Subjektif	Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	Persepsi Ketidakpastian	Sikap
Affordable Loss							
Intensi Perilaku	0,227						
Kendali Perilaku yang Dipersepsi	0,014	0,505					
Norma Subjektif		0,151					
Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	0,283						
Persepsi Ketidakpastian	0,139						
Sikap		0,278					
Persepsi Ketidakpastian x Intensi Perilaku	0,103						
Pembelajaran dari Pengalaman Krisis x Intensi Perilaku	0,034						

INDIRECT EFFECTS

	Affordable Loss	Intensi Perilaku	Kendali Perilaku yang Dipersepsi	Norma Subjektif	Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	Persepsi Ketidakpastian	Sikap

Affordable Loss	
Intensi Perilaku	
Kendali Perilaku yang Dipersepsi	0,115
Norma Subjektif	0,034
Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	
Persepsi Ketidakpastian	
Sikap	0,063
Persepsi Ketidakpastian x Intensi Perilaku	
Pembelajaran dari Pengalaman Krisis x Intensi Perilaku	

TOTAL EFFECTS

	Affordable Loss	Intensi Perilaku	Kendali Perilaku yang Dipersepsi	Norma Subjektif	Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	Persepsi Ketidakpastian	Sikap
Affordable Loss							
Intensi Perilaku	0,227						
Kendali Perilaku yang Dipersepsi	0,129	0,505					
Norma Subjektif	0,034	0,151					

Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	0,283	
Persepsi Ketidakpastian	0,139	
Sikap	0,063	0,278
Persepsi Ketidakpastian x Intensi Perilaku	0,103	
Pembelajaran dari Pengalaman Krisis x Intensi Perilaku	0,034	

CONSTRUCT RELIABILITY AND  
VALIDITY

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Affordable Loss	0,761	0,772	0,861	0,674
Intensi Perilaku	0,888	0,889	0,923	0,749
Kendali Perilaku yang Dipersepsi	0,912	0,915	0,934	0,74
Norma Subjektif	0,725	0,747	0,878	0,783
Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	0,871	0,874	0,907	0,661
Persepsi Ketidakpastian	0,782	0,79	0,873	0,696

Sikap			0,615		0,649		0,836		0,718
-------	--	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------

DISCRIMINANT  
VALIDITY

	Affordable Loss	Intensi Perilaku	Kendali Perilaku yang Dipersepsi	Norma Subjektif	Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	Persepsi Ketidakpastian	Sikap	Persepsi Ketidakpastian x Intensi Perilaku	Pembelajaran dari Pengalaman Krisis x Intensi Perilaku
Affordable Loss									
Intensi Perilaku	0,569								
Kendali Perilaku yang Dipersepsi	0,454	0,729							
Norma Subjektif	0,427	0,582	0,494						
Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	0,609	0,668	0,62	0,403					
Persepsi Ketidakpastian	0,551	0,612	0,431	0,421	0,701				



Sikap	0,574	0,675	0,428	0,606	0,487	0,512		
Persepsi Ketidakpastian x Intensi Perilaku	0,161	0,032	0,103	0,047	0,044	0,068	0,081	
Pembelajaran dari Pengalaman Krisis x Intensi Perilaku	0,105	0,05	0,152	0,047	0,077	0,037	0,261	0,592

CROSS  
LOADINGS

	Affordable Loss	Intensi Perilaku	Kendali Perilaku yang Dipersepsi	Norma Subjektif	Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	Persepsi Ketidakpastian Sikap	Persepsi Ketidakpastian x Intensi Perilaku	Pembelajaran dari Pengalaman Krisis x Intensi Perilaku	
al1	0,844	0,459	0,38	0,276	0,461	0,401	0,355	0,108	0,104
al2	0,815	0,317	0,249	0,247	0,391	0,293	0,309	0,128	0,064
al3	0,804	0,378	0,308	0,259	0,381	0,359	0,333	0,111	0,057
ip1	0,373	0,836	0,661	0,43	0,505	0,439	0,457	0,033	0,119
ip2	0,448	0,865	0,559	0,423	0,543	0,487	0,475	0,013	0,024

ip3	0,391	0,878	0,553	0,447	0,474	0,394	0,394	-0,018	0,012
ip4	0,433	0,88	0,5	0,332	0,509	0,455	0,428	-0,041	0,009
kp1	0,323	0,377	0,306	0,208	0,431	0,795	0,277	0,102	0,055
kp2	0,394	0,47	0,342	0,286	0,544	0,859	0,301	0,006	0,001
kp3	0,36	0,432	0,267	0,306	0,477	0,847	0,305	0,043	-0,026
kpd1	0,302	0,524	0,82	0,337	0,464	0,244	0,266	0,055	0,067
kpd2	0,35	0,554	0,862	0,358	0,492	0,344	0,254	0,098	0,118
kpd3	0,367	0,587	0,896	0,375	0,473	0,324	0,275	0,113	0,149
kpd4	0,261	0,568	0,839	0,36	0,449	0,287	0,319	0,036	0,139
kpd5	0,375	0,603	0,882	0,337	0,494	0,368	0,318	0,123	0,152
ns1	0,276	0,372	0,271	0,859	0,224	0,252	0,363	0,027	0,069
ns2	0,287	0,459	0,44	0,91	0,346	0,314	0,367	-0,044	-0,002
pb1	0,426	0,454	0,388	0,297	0,757	0,522	0,271	0,046	-0,007
pb2	0,418	0,406	0,375	0,227	0,771	0,471	0,265	-0,002	-0,067
pb3	0,349	0,532	0,488	0,271	0,84	0,49	0,343	-0,043	-0,1
pb4	0,387	0,483	0,499	0,229	0,84	0,413	0,279	0,055	-0,042
pb5	0,45	0,517	0,496	0,304	0,854	0,468	0,316	-0,019	-0,075
s1	0,414	0,486	0,356	0,398	0,348	0,3	0,893	0,047	0,198
s2	0,257	0,364	0,188	0,289	0,257	0,303	0,8	0,061	0,149

Pembelajaran dari Pengalaman Krisis x Intensi Perilaku	0,094	0,049	0,147	0,034	-0,07	0,01	0,208	0,592	1
Persepsi Ketidakpastian x Intensi Perilaku	0,139	-0,002	0,101	-0,014	0,01	0,056	0,062	1	0,592

TOTAL INDIRECT EFFECTS

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
Kendali Perilaku yang Dipersepsi -> Affordable Loss	0,115	0,111	0,048	2,403	0,016
Norma Subjektif -> Affordable Loss	0,034	0,034	0,021	1,647	0,103
Sikap -> Affordable Loss	0,063	0,062	0,03	2,096	0,036

SPECIFIC INDIRECT EFFECTS

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )			P values
Norma Subjektif -> Intensi Perilaku -> Affordable Loss		0,034		0,034	0,021	1,647	0,1
Sikap -> Intensi Perilaku -> Affordable Loss		0,063		0,062	0,03	2,096	0,036
Kendali Perilaku yang Dipersepsi -> Intensi Perilaku -> Affordable Loss		0,115		0,111	0,048	2,403	0,016

	Affordable Loss	Intensi Perilaku	Kendali Perilaku yang Dipersepsi	Norma Subjektif	Pembelajaran dari Pengalaman Krisis	Persepsi Ketidakpastian	Sikap
al1	0,844						
al2	0,815						
al3	0,804						
ip1		0,836					

ip2	0,865		
ip3	0,878		
ip4	0,88		
kp1			0,795
kp2			0,859
kp3			0,847
kpd1		0,82	
kpd2		0,862	
kpd3		0,896	
kpd4		0,839	
kpd5		0,882	
ns1			0,859
ns2			0,91
pb1			0,757
pb2			0,771
pb3			0,84
pb4			0,84

pb5

0,854

s1

0,893

s2

0,8

s1

0,893

s2

0,8

LAMPIRAN: *OUTPUT* SPSS

**ANOVA**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Sikap1	Between Groups	3.517	4	.879	1.945	.105
	Within Groups	88.163	195	.452		
	Total	91.680	199			
Sikap2	Between Groups	3.071	4	.768	1.978	.099
	Within Groups	75.684	195	.388		
	Total	78.755	199			

**Multiple Comparisons**

Dependent Variable	(I) Lokasi Usaha	(J) Lokasi Usaha	Mean Difference	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
			(I-J)			Lower Bound	Upper Bound	
Sikap1	Tukey HSD	Jakarta	Bogor	.312	.162	.304	-.13	.76
			Depok	-.238	.162	.581	-.68	.21
			Tangerang	.162	.162	.854	-.28	.61
			Bekasi	-.029	.211	1.000	-.61	.55
	Bogor	Jakarta	Jakarta	-.312	.162	.304	-.76	.13
			Depok	-.550	.213	.077	-1.14	.04
			Tangerang	-.150	.213	.955	-.74	.44
			Bekasi	-.341	.252	.660	-1.04	.35

	Depok	Jakarta	.238	.162	.581	-.21	.68
		Bogor	.550	.213	.077	-.04	1.14
		Tangerang	.400	.213	.331	-.19	.99
		Bekasi	.209	.252	.922	-.49	.90
	Tangerang	Jakarta	-.162	.162	.854	-.61	.28
		Bogor	.150	.213	.955	-.44	.74
		Depok	-.400	.213	.331	-.99	.19
		Bekasi	-.191	.252	.943	-.89	.50
	Bekasi	Jakarta	.029	.211	1.000	-.55	.61
		Bogor	.341	.252	.660	-.35	1.04
		Depok	-.209	.252	.922	-.90	.49
		Tangerang	.191	.252	.943	-.50	.89
LSD	Jakarta	Bogor	.312	.162	.055	-.01	.63
		Depok	-.238	.162	.142	-.56	.08
		Tangerang	.162	.162	.317	-.16	.48
		Bekasi	-.029	.211	.891	-.45	.39
	Bogor	Jakarta	-.312	.162	.055	-.63	.01
		Depok	-.550*	.213	.010	-.97	-.13
		Tangerang	-.150	.213	.481	-.57	.27
		Bekasi	-.341	.252	.178	-.84	.16
	Depok	Jakarta	.238	.162	.142	-.08	.56
		Bogor	.550*	.213	.010	.13	.97
		Tangerang	.400	.213	.061	-.02	.82



		Bekasi	.209	.252	.408	-.29	.71
	Tangerang	Jakarta	-.162	.162	.317	-.48	.16
		Bogor	.150	.213	.481	-.27	.57
		Depok	-.400	.213	.061	-.82	.02
	Bekasi	Bekasi	-.191	.252	.450	-.69	.31
		Jakarta	.029	.211	.891	-.39	.45
		Bogor	.341	.252	.178	-.16	.84
		Depok	-.209	.252	.408	-.71	.29
		Tangerang	.191	.252	.450	-.31	.69
Bonferroni	Jakarta	Bogor	.312	.162	.549	-.15	.77
		Depok	-.238	.162	1.000	-.70	.22
		Tangerang	.162	.162	1.000	-.30	.62
		Bekasi	-.029	.211	1.000	-.63	.57
	Bogor	Jakarta	-.312	.162	.549	-.77	.15
		Depok	-.550	.213	.104	-1.15	.05
		Tangerang	-.150	.213	1.000	-.75	.45
		Bekasi	-.341	.252	1.000	-1.06	.38
	Depok	Jakarta	.238	.162	1.000	-.22	.70
		Bogor	.550	.213	.104	-.05	1.15
		Tangerang	.400	.213	.614	-.20	1.00
		Bekasi	.209	.252	1.000	-.51	.93
	Tangerang	Jakarta	-.162	.162	1.000	-.62	.30
		Bogor	.150	.213	1.000	-.45	.75



		Bogor	.586	.234	.093	-.06	1.23
		Depok	.186	.234	.931	-.46	.83
		Tangerang	.336	.234	.604	-.31	.98
LSD	Jakarta	Bogor	.214	.150	.155	-.08	.51
		Depok	-.186	.150	.215	-.48	.11
		Tangerang	-.036	.150	.808	-.33	.26
		Bekasi	-.373	.196	.058	-.76	.01
	Bogor	Jakarta	-.214	.150	.155	-.51	.08
		Depok	-.400*	.197	.044	-.79	-.01
		Tangerang	-.250	.197	.206	-.64	.14
		Bekasi	-.586*	.234	.013	-1.05	-.13
	Depok	Jakarta	.186	.150	.215	-.11	.48
		Bogor	.400*	.197	.044	.01	.79
		Tangerang	.150	.197	.447	-.24	.54
		Bekasi	-.186	.234	.426	-.65	.27
	Tangerang	Jakarta	.036	.150	.808	-.26	.33
		Bogor	.250	.197	.206	-.14	.64
		Depok	-.150	.197	.447	-.54	.24
		Bekasi	-.336	.234	.152	-.80	.12
	Bekasi	Jakarta	.373	.196	.058	-.01	.76
		Bogor	.586*	.234	.013	.13	1.05
		Depok	.186	.234	.426	-.27	.65
		Tangerang	.336	.234	.152	-.12	.80

Bonferroni	Jakarta	Bogor	.214	.150	1.000	-.21	.64
		Depok	-.186	.150	1.000	-.61	.24
		Tangerang	-.036	.150	1.000	-.46	.39
		Bekasi	-.373	.196	.582	-.93	.18
	Bogor	Jakarta	-.214	.150	1.000	-.64	.21
		Depok	-.400	.197	.437	-.96	.16
		Tangerang	-.250	.197	1.000	-.81	.31
		Bekasi	-.586	.234	.130	-1.25	.08
	Depok	Jakarta	.186	.150	1.000	-.24	.61
		Bogor	.400	.197	.437	-.16	.96
		Tangerang	.150	.197	1.000	-.41	.71
		Bekasi	-.186	.234	1.000	-.85	.48
	Tangerang	Jakarta	.036	.150	1.000	-.39	.46
		Bogor	.250	.197	1.000	-.31	.81
		Depok	-.150	.197	1.000	-.71	.41
		Bekasi	-.336	.234	1.000	-1.00	.33
	Bekasi	Jakarta	.373	.196	.582	-.18	.93
		Bogor	.586	.234	.130	-.08	1.25
		Depok	.186	.234	1.000	-.48	.85
		Tangerang	.336	.234	1.000	-.33	1.00

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

### Sikap1

		Subset for alpha = 0.05	
		1	
	Lokasi Usaha	N	
Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	3.75
	Tangerang	20	3.90
	Jakarta	129	4.06
	Bekasi	11	4.09
	Depok	20	4.30
	Sig.		

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

### Sikap2

		Subset for alpha = 0.05		
		1      2		
	Lokasi Usaha	N		
Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	4.05	
	Jakarta	129	4.26	4.26
	Tangerang	20	4.30	4.30
	Depok	20	4.45	4.45

Bekasi	11		4.64
Sig.		.253	.322

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

- Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.
- The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

### ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Norma Subjektif1	Between Groups	2.067	4	.517	.928	.449
	Within Groups	108.653	195	.557		
	Total	110.720	199			
Noma Subjektif2	Between Groups	2.521	4	.630	1.064	.375
	Within Groups	115.479	195	.592		
	Total	118.000	199			

### Multiple Comparisons

Dependent Variable	(I) Lokasi Usaha	(J) Lokasi Usaha	Mean Difference	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
			(I-J)			Lower Bound	Upper Bound	
Norma Subjektif1	Tukey HSD	Jakarta	Bogor	.147	.179	.925	-.35	.64
		Depok		-.153	.179	.913	-.65	.34







	Tangerang							
	Bekasi							
Bogor	Jakarta							
	Depok							
	Tangerang							
	Bekasi							
Depok	Jakarta							
	Bogor							
	Tangerang							
	Bekasi							
Tangerang	Jakarta							

				Bogor	.350	.236	1.00 0	-32	1.02
				Depok	.050	.236	1.00 0	-62	.72
				Bekasi	-.023	.280	1.00 0	-82	.77
			Bekasi	Jakarta	.226	.234	1.00 0	-44	.89
				Bogor	.373	.280	1.00 0	-42	1.17
				Depok	.073	.280	1.00 0	-72	.87
				Tangerang	.023	.280	1.00 0	-77	.82
Noma	Subjektif2	Tukey HSD	Jakarta	Bogor	.142	.185	.939	-37	.65
				Depok	-.258	.185	.632	-77	.25
				Tangerang	.142	.185	.939	-37	.65
				Bekasi	-.190	.242	.935	-86	.48
			Bogor	Jakarta	-.142	.185	.939	-65	.37
				Depok	-.400	.243	.471	-1.07	.27
				Tangerang	.000	.243	1.00 0	-67	.67
				Bekasi	-.332	.289	.780	-1.13	.46

	Depok	Jakarta	.258	.185	.632		-.25	.77
		Bogor	.400	.243	.471		-.27	1.07
		Tangerang	.400	.243	.471		-.27	1.07
		Bekasi	.068	.289	.999		-.73	.86
	Tangerang	Jakarta	-.142	.185	.939		-.65	.37
		Bogor	.000	.243	1.00		-.67	.67
		Depok	-.400	.243	.471		-1.07	.27
		Bekasi	-.332	.289	.780		-1.13	.46
	Bekasi	Jakarta	.190	.242	.935		-.48	.86
		Bogor	.332	.289	.780		-.46	1.13
		Depok	-.068	.289	.999		-.86	.73
		Tangerang	.332	.289	.780		-.46	1.13
LSD	Jakarta	Bogor	.142	.185	.443		-.22	.51
		Depok	-.258	.185	.165		-.62	.11
		Tangerang	.142	.185	.443		-.22	.51
		Bekasi	-.190	.242	.434		-.67	.29
	Bogor	Jakarta	-.142	.185	.443		-.51	.22
		Depok	-.400	.243	.102		-.88	.08
		Tangerang	.000	.243	1.00		-.48	.48
		Bekasi	-.332	.289	.252		-.90	.24
	Depok	Jakarta	.258	.185	.165		-.11	.62

		Bogor	.400	.243	.102		-.08	.88
		Tangerang	.400	.243	.102		-.08	.88
		Bekasi	.068	.289	.814		-.50	.64
	Tangerang	Jakarta	-.142	.185	.443		-.51	.22
		Bogor	.000	.243	1.00		-.48	.48
		Depok	-.400	.243	.102		-.88	.08
		Bekasi	-.332	.289	.252		-.90	.24
	Bekasi	Jakarta	.190	.242	.434		-.29	.67
		Bogor	.332	.289	.252		-.24	.90
		Depok	-.068	.289	.814		-.64	.50
		Tangerang	.332	.289	.252		-.24	.90
Bonferroni	Jakarta	Bogor	.142	.185	1.00		-.38	.67
		Depok	-.258	.185	1.00		-.78	.27
		Tangerang	.142	.185	1.00		-.38	.67
		Bekasi	-.190	.242	1.00		-.88	.50
	Bogor	Jakarta	-.142	.185	1.00		-.67	.38

	Depok								
	Tangerang								
	Bekasi								
Depok	Jakarta								
	Bogor								
	Tangerang								
	Bekasi								
Tangerang	Jakarta								
	Bogor								
	Depok								
	Bekasi								

	Bekasi	Jakarta	.190	.242	1.00 0	-.50	.88
		Bogor	.332	.289	1.00 0	-.49	1.15
		Depok	-.068	.289	1.00 0	-.89	.75
		Tangerang	.332	.289	1.00 0	-.49	1.15

### Norma Subjektif1

	Lokasi Usaha	N	Subset for alpha = 0.05 1
Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	3.90
	Jakarta	129	4.05
	Depok	20	4.20
	Tangerang	20	4.25
	Bekasi	11	4.27
	Sig.		.510

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

**Noma Subjektif2**

	Lokasi Usaha	N	Subset for alpha = 0.05 1
Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	3.85
	Tangerang	20	3.85
	Jakarta	129	3.99
	Bekasi	11	4.18
	Depok	20	4.25
	Sig.		.469

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

**ANOVA**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.465	4	.616	.717	.581

Kendali Perilaku yang dipersepsi1	Within Groups	167.535	195	.859		
	Total	170.000	199			
Kendali Perilaku yang dipersepsi2	Between Groups	4.676	4	1.169	1.586	.180
	Within Groups	143.719	195	.737		
	Total	148.395	199			
Kendali Perilaku yang dipersepsi3	Between Groups	5.129	4	1.282	1.780	.134
	Within Groups	140.426	195	.720		
	Total	145.555	199			
Kendali Perilaku yang dipersepsi4	Between Groups	9.438	4	2.360	3.389	.010
	Within Groups	135.757	195	.696		
	Total	145.195	199			
Kendali Perilaku yang dipersepsi5	Between Groups	4.416	4	1.104	1.464	.215
	Within Groups	147.084	195	.754		
	Total	151.500	199			

### Multiple Comparisons

Dependent Variable	(I) Lokasi Usaha	(J) Lokasi Usaha	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
Kendali Perilaku yang dipersepsi1	Tukey HSD	Jakarta	Bogor	.169	.223	.942	-.44	.78



	Depok	-.281	.223	.715	-.89	.33
	Tangerang	-.131	.223	.977	-.74	.48
	Bekasi	-.122	.291	.994	-.92	.68
Bogor	Jakarta	-.169	.223	.942	-.78	.44
	Depok	-.450	.293	.541	-1.26	.36
	Tangerang	-.300	.293	.844	-1.11	.51
	Bekasi	-.291	.348	.919	-1.25	.67
Depok	Jakarta	.281	.223	.715	-.33	.89
	Bogor	.450	.293	.541	-.36	1.26
	Tangerang	.150	.293	.986	-.66	.96
	Bekasi	.159	.348	.991	-.80	1.12

	Tangerang	Jakarta	.131	.223	.977	-.48	.74
		Bogor	.300	.293	.844	-.51	1.11
		Depok	-.150	.293	.986	-.96	.66
		Bekasi	.009	.348	1.000	-.95	.97
	Bekasi	Jakarta	.122	.291	.994	-.68	.92
		Bogor	.291	.348	.919	-.67	1.25
		Depok	-.159	.348	.991	-1.12	.80
		Tangerang	-.009	.348	1.000	-.97	.95
LSD	Jakarta	Bogor	.169	.223	.449	-.27	.61
		Depok	-.281	.223	.209	-.72	.16
		Tangerang	-.131	.223	.557	-.57	.31

	Bekasi							
Bogor	Jakarta							
	Depok							
	Tangerang							
	Bekasi							
Depok	Jakarta							
	Bogor							
	Tangerang							
	Bekasi							
Tangerang	Jakarta							
	Bogor							



	Depok						
	Tangerang						
	Bekasi						
Depok	Jakarta						
	Bogor						
	Tangerang						
	Bekasi						
Tangerang	Jakarta						
	Bogor						
	Depok						
	Bekasi						

		Bekasi	Jakarta	.122	.291	1.000	-.70	.95
			Bogor	.291	.348	1.000	-.70	1.28
			Depok	-.159	.348	1.000	-1.15	.83
			Tangerang	-.009	.348	1.000	-1.00	.98
Kendali Perilaku yang dipersepsi2	Tukey HSD	Jakarta	Bogor	.384	.206	.341	-.18	.95
			Depok	-.216	.206	.834	-.78	.35
			Tangerang	.234	.206	.787	-.33	.80
			Bekasi	-.016	.270	1.000	-.76	.73
		Bogor	Jakarta	-.384	.206	.341	-.95	.18
			Depok	-.600	.271	.180	-1.35	.15
			Tangerang	-.150	.271	.982	-.90	.60

	Bekasi						
Depok	Jakarta	.216	.206	.834	-.35		.78
	Bogor	.600	.271	.180	-.15		1.35
	Tangerang	.450	.271	.463	-.30		1.20
	Bekasi	.200	.322	.972	-.69		1.09
Tangerang	Jakarta	-.234	.206	.787	-.80		.33
	Bogor	.150	.271	.982	-.60		.90
	Depok	-.450	.271	.463	-1.20		.30
	Bekasi	-.250	.322	.937	-1.14		.64
Bekasi	Jakarta	.016	.270	1.000	-.73		.76
	Bogor	.400	.322	.727	-.49		1.29

		Depok								
		Tangerang								
LSD	Jakarta	Bogor								
		Depok								
		Tangerang								
		Bekasi								
	Bogor	Jakarta								
		Depok								
		Tangerang								
		Bekasi								
	Depok	Jakarta								



	Bogor	.600*	.271	.028	.06	1.14
	Tangerang	.450	.271	.099	-.09	.99
	Bekasi	.200	.322	.536	-.44	.84
Tangerang	Jakarta	-.234	.206	.257	-.64	.17
	Bogor	.150	.271	.581	-.39	.69
	Depok	-.450	.271	.099	-.99	.09
	Bekasi	-.250	.322	.439	-.89	.39
Bekasi	Jakarta	.016	.270	.954	-.52	.55
	Bogor	.400	.322	.216	-.24	1.04
	Depok	-.200	.322	.536	-.84	.44
	Tangerang	.250	.322	.439	-.39	.89

Bonferroni	Jakarta	Bogor	.384	.206	.639	-.20	.97
		Depok	-.216	.206	1.000	-.80	.37
		Tangerang	.234	.206	1.000	-.35	.82
		Bekasi	-.016	.270	1.000	-.78	.75
	Bogor	Jakarta	-.384	.206	.639	-.97	.20
		Depok	-.600	.271	.283	-1.37	.17
		Tangerang	-.150	.271	1.000	-.92	.62
		Bekasi	-.400	.322	1.000	-1.32	.52
	Depok	Jakarta	.216	.206	1.000	-.37	.80
		Bogor	.600	.271	.283	-.17	1.37
		Tangerang	.450	.271	.990	-.32	1.22

			Bekasi	.200	.322	1.000	-.72	1.12
		Tangerang	Jakarta	-.234	.206	1.000	-.82	.35
			Bogor	.150	.271	1.000	-.62	.92
			Depok	-.450	.271	.990	-1.22	.32
			Bekasi	-.250	.322	1.000	-1.17	.67
		Bekasi	Jakarta	.016	.270	1.000	-.75	.78
			Bogor	.400	.322	1.000	-.52	1.32
			Depok	-.200	.322	1.000	-1.12	.72
			Tangerang	.250	.322	1.000	-.67	1.17
Kendali Perilaku yang dipersepsi3	Tukey HSD	Jakarta	Bogor	.299	.204	.585	-.26	.86
			Depok	-.351	.204	.424	-.91	.21

	Tangerang	.049	.204	.999	-.51	.61
	Bekasi	-.283	.267	.827	-1.02	.45
Bogor	Jakarta	-.299	.204	.585	-.86	.26
	Depok	-.650	.268	.114	-1.39	.09
	Tangerang	-.250	.268	.884	-.99	.49
	Bekasi	-.582	.319	.361	-1.46	.30
Depok	Jakarta	.351	.204	.424	-.21	.91
	Bogor	.650	.268	.114	-.09	1.39
	Tangerang	.400	.268	.570	-.34	1.14
	Bekasi	.068	.319	1.000	-.81	.95
Tangerang	Jakarta	-.049	.204	.999	-.61	.51

		Bogor	.250	.268	.884	-.49	.99
		Depok	-.400	.268	.570	-1.14	.34
		Bekasi	-.332	.319	.836	-1.21	.55
	Bekasi	Jakarta	.283	.267	.827	-.45	1.02
		Bogor	.582	.319	.361	-.30	1.46
		Depok	-.068	.319	1.000	-.95	.81
		Tangerang	.332	.319	.836	-.55	1.21
LSD	Jakarta	Bogor	.299	.204	.144	-.10	.70
		Depok	-.351	.204	.087	-.75	.05
		Tangerang	.049	.204	.810	-.35	.45
		Bekasi	-.283	.267	.290	-.81	.24

Bogor	Jakarta	-.299	.204	.144	-.70	.10
	Depok	-.650*	.268	.016	-1.18	-.12
	Tangerang	-.250	.268	.353	-.78	.28
	Bekasi	-.582	.319	.069	-1.21	.05
Depok	Jakarta	.351	.204	.087	-.05	.75
	Bogor	.650*	.268	.016	.12	1.18
	Tangerang	.400	.268	.138	-.13	.93
	Bekasi	.068	.319	.831	-.56	.70
Tangerang	Jakarta	-.049	.204	.810	-.45	.35
	Bogor	.250	.268	.353	-.28	.78
	Depok	-.400	.268	.138	-.93	.13



	Tangerang	-.250	.268	1.000	-1.01	.51
	Bekasi	-.582	.319	.693	-1.49	.32
Depok	Jakarta	.351	.204	.870	-.23	.93
	Bogor	.650	.268	.163	-.11	1.41
	Tangerang	.400	.268	1.000	-.36	1.16
	Bekasi	.068	.319	1.000	-.84	.97
Tangerang	Jakarta	-.049	.204	1.000	-.63	.53
	Bogor	.250	.268	1.000	-.51	1.01
	Depok	-.400	.268	1.000	-1.16	.36
	Bekasi	-.332	.319	1.000	-1.24	.57
Bekasi	Jakarta	.283	.267	1.000	-.47	1.04



			Bogor	.582	.319	.693	-.32	1.49
			Depok	-.068	.319	1.000	-.97	.84
			Tangerang	.332	.319	1.000	-.57	1.24
Kendali Perilaku yang dipersepsi4	Tukey HSD	Jakarta	Bogor	.596*	.201	.027	.04	1.15
			Depok	-.254	.201	.711	-.81	.30
			Tangerang	.196	.201	.866	-.36	.75
			Bekasi	-.236	.262	.896	-.96	.49
		Bogor	Jakarta	-.596*	.201	.027	-1.15	-.04
			Depok	-.850*	.264	.013	-1.58	-.12
			Tangerang	-.400	.264	.553	-1.13	.33
			Bekasi	-.832	.313	.065	-1.69	.03

Depok	Jakarta	.254	.201	.71 1	-.30	.81
	Bogor	.850*	.264	.01 3	.12	1.58
	Tangerang	.450	.264	.43 3	-.28	1.18
	Bekasi	.018	.313	1.0 00	-.84	.88
Tangerang	Jakarta	-.196	.201	.86 6	-.75	.36
	Bogor	.400	.264	.55 3	-.33	1.13
	Depok	-.450	.264	.43 3	-1.18	.28
	Bekasi	-.432	.313	.64 2	-1.29	.43
Bekasi	Jakarta	.236	.262	.89 6	-.49	.96
	Bogor	.832	.313	.06 5	-.03	1.69
	Depok	-.018	.313	1.0 00	-.88	.84

		Tangerang	.432	.313	.64 2	-.43	1.29
LSD	Jakarta	Bogor	.596*	.201	.00 3	.20	.99
		Depok	-.254	.201	.20 6	-.65	.14
		Tangerang	.196	.201	.33 0	-.20	.59
		Bekasi	-.236	.262	.36 9	-.75	.28
	Bogor	Jakarta	-.596*	.201	.00 3	-.99	-.20
		Depok	-.850*	.264	.00 1	-1.37	-.33
		Tangerang	-.400	.264	.13 1	-.92	.12
		Bekasi	-.832*	.313	.00 9	-1.45	-.21
	Depok	Jakarta	.254	.201	.20 6	-.14	.65
		Bogor	.850*	.264	.00 1	.33	1.37

		Tangerang	.450	.264	.090	-.07	.97
		Bekasi	.018	.313	.954	-.60	.64
Tangerang		Jakarta	-.196	.201	.330	-.59	.20
		Bogor	.400	.264	.131	-.12	.92
		Depok	-.450	.264	.090	-.97	.07
		Bekasi	-.432	.313	.170	-1.05	.19
Bekasi		Jakarta	.236	.262	.369	-.28	.75
		Bogor	.832*	.313	.009	.21	1.45
		Depok	-.018	.313	.954	-.64	.60
		Tangerang	.432	.313	.170	-.19	1.05
Bonferroni	Jakarta	Bogor	.596*	.201	.033	.03	1.17

	Depok	-.254	.201	1.000	-.82	.32
	Tangerang	.196	.201	1.000	-.37	.77
	Bekasi	-.236	.262	1.000	-.98	.51
Bogor	Jakarta	-.596*	.201	.033	-1.17	-.03
	Depok	-.850*	.264	.015	-1.60	-.10
	Tangerang	-.400	.264	1.000	-1.15	.35
	Bekasi	-.832	.313	.086	-1.72	.06
Depok	Jakarta	.254	.201	1.000	-.32	.82
	Bogor	.850*	.264	.015	.10	1.60
	Tangerang	.450	.264	.897	-.30	1.20
	Bekasi	.018	.313	1.000	-.87	.91

		Tangerang	Jakarta	-.196	.201	1.000	-.77	.37
			Bogor	.400	.264	1.000	-.35	1.15
			Depok	-.450	.264	.897	-1.20	.30
			Bekasi	-.432	.313	1.000	-1.32	.46
		Bekasi	Jakarta	.236	.262	1.000	-.51	.98
			Bogor	.832	.313	.086	-.06	1.72
			Depok	-.018	.313	1.000	-.91	.87
			Tangerang	.432	.313	1.000	-.46	1.32
Kendali Perilaku yang dipersepsi5	Tukey HSD	Jakarta	Bogor	.472	.209	.161	-.10	1.05
			Depok	.022	.209	1.000	-.55	.60
			Tangerang	.222	.209	.824	-.35	.80

	Bekasi	.013	.273	1.000	-.74	.76
Bogor	Jakarta	-.472	.209	.161	-1.05	.10
	Depok	-.450	.275	.475	-1.21	.31
	Tangerang	-.250	.275	.893	-1.01	.51
	Bekasi	-.459	.326	.623	-1.36	.44
Depok	Jakarta	-.022	.209	1.000	-.60	.55
	Bogor	.450	.275	.475	-.31	1.21
	Tangerang	.200	.275	.950	-.56	.96
	Bekasi	-.009	.326	1.000	-.91	.89
Tangerang	Jakarta	-.222	.209	.824	-.80	.35
	Bogor	.250	.275	.893	-.51	1.01





	Depok							
	Tangerang							
	Bekasi							
Depok	Jakarta							
	Bogor							
	Tangerang							
	Bekasi							
Tangerang	Jakarta							
	Bogor							
	Depok							
	Bekasi							

	Bekasi	Jakarta							
		Bogor							
		Depok							
		Tangerang							
Bonferroni	Jakarta	Bogor							
		Depok							
		Tangerang							
		Bekasi							
	Bogor	Jakarta							
		Depok							
		Tangerang							

	Bekasi							
Depok	Jakarta							
	Bogor							
	Tangerang							
	Bekasi							
Tangerang	Jakarta							
	Bogor							
	Depok							
	Bekasi							
Bekasi	Jakarta							
	Bogor							

	Depok	.009	.326	1.000	-.92	.93
	Tangerang	.209	.326	1.000	-.72	1.13

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

### Kendali Perilaku yang dipersepsi1

	Lokasi Usaha	N	Subset for alpha = 0.05 1
Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	3.80
	Jakarta	129	3.97
	Bekasi	11	4.09
	Tangerang	20	4.10
	Depok	20	4.25
	Sig.		.538

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

### Kendali Perilaku yang dipersepsi2

			Subset for alpha = 0.05
	Lokasi Usaha	N	1
Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	3.60
	Tangerang	20	3.75
	Jakarta	129	3.98
	Bekasi	11	4.00
	Depok	20	4.20
	Sig.		

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

### Kendali Perilaku yang dipersepsi3

			Subset for alpha = 0.05
	Lokasi Usaha	N	1
Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	3.60
	Tangerang	20	3.85
	Jakarta	129	3.90

Bekasi	11	4.18
Depok	20	4.25
Sig.		.112

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

- Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.
- The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

#### Kendali Perilaku yang dipersepsi4

		Subset for alpha = 0.05		
	Lokasi Usaha	N	1	2
Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	3.35	
	Tangerang	20	3.75	3.75
	Jakarta	129	3.95	3.95
	Bekasi	11		4.18
	Depok	20		4.20
	Sig.			.161

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

- Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.
- The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

### Kendali Perilaku yang dipersepsi5

	Lokasi Usaha	N	Subset for alpha = 0.05 1
Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	3.45
	Tangerang	20	3.70
	Depok	20	3.90
	Bekasi	11	3.91
	Jakarta	129	3.92
	Sig.		.421

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

### ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Intensi Perilaku1	Between Groups	4.416	4	1.104	1.875	.116
	Within Groups	114.779	195	.589		
	Total	119.195	199			
Intensi Perilaku2	Between Groups	7.054	4	1.763	3.161	.015

	Within Groups	108.766	195	.558		
	Total	115.820	199			
Intensi Perilaku3	Between Groups	4.932	4	1.233	1.927	.107
	Within Groups	124.748	195	.640		
	Total	129.680	199			
Intensi Perilaku4	Between Groups	4.507	4	1.127	1.839	.123
	Within Groups	119.493	195	.613		
	Total	124.000	199			

### Multiple Comparisons

Dependent Variable		(I) Lokasi Usaha	(J) Lokasi Usaha	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Intensi Perilaku1	Tukey HSD	Jakarta	Bogor	.396	.184	.205	-.11	.90
			Depok	-.204	.184	.802	-.71	.30
			Tangerang	.196	.184	.826	-.31	.70
			Bekasi	.037	.241	1.000	-.63	.70
		Bogor	Jakarta	-.396	.184	.205	-.90	.11
			Depok	-.600	.243	.101	-1.27	.07
			Tangerang	-.200	.243	.923	-.87	.47
			Bekasi	-.359	.288	.724	-1.15	.43
		Depok	Jakarta	.204	.184	.802	-.30	.71



		Bogor	.600	.243	.101	-.07	1.27
		Tangerang	.400	.243	.468	-.27	1.07
		Bekasi	.241	.288	.919	-.55	1.03
	Tangerang	Jakarta	-.196	.184	.826	-.70	.31
		Bogor	.200	.243	.923	-.47	.87
		Depok	-.400	.243	.468	-1.07	.27
		Bekasi	-.159	.288	.982	-.95	.63
	Bekasi	Jakarta	-.037	.241	1.000	-.70	.63
		Bogor	.359	.288	.724	-.43	1.15
		Depok	-.241	.288	.919	-1.03	.55
		Tangerang	.159	.288	.982	-.63	.95
LSD	Jakarta	Bogor	.396*	.184	.033	.03	.76
		Depok	-.204	.184	.269	-.57	.16
		Tangerang	.196	.184	.290	-.17	.56
		Bekasi	.037	.241	.879	-.44	.51
	Bogor	Jakarta	-.396*	.184	.033	-.76	-.03
		Depok	-.600*	.243	.014	-1.08	-.12
		Tangerang	-.200	.243	.411	-.68	.28
		Bekasi	-.359	.288	.214	-.93	.21
	Depok	Jakarta	.204	.184	.269	-.16	.57
		Bogor	.600*	.243	.014	.12	1.08
		Tangerang	.400	.243	.101	-.08	.88
		Bekasi	.241	.288	.404	-.33	.81

Bonferroni	Tangerang	Jakarta	-.196	.184	.290	-.56	.17
		Bogor	.200	.243	.411	-.28	.68
		Depok	-.400	.243	.101	-.88	.08
		Bekasi	-.159	.288	.581	-.73	.41
	Bekasi	Jakarta	-.037	.241	.879	-.51	.44
		Bogor	.359	.288	.214	-.21	.93
		Depok	-.241	.288	.404	-.81	.33
		Tangerang	.159	.288	.581	-.41	.73
	Jakarta	Bogor	.396	.184	.331	-.13	.92
		Depok	-.204	.184	1.000	-.73	.32
		Tangerang	.196	.184	1.000	-.33	.72
		Bekasi	.037	.241	1.000	-.65	.72
	Bogor	Jakarta	-.396	.184	.331	-.92	.13
		Depok	-.600	.243	.143	-1.29	.09
		Tangerang	-.200	.243	1.000	-.89	.49
		Bekasi	-.359	.288	1.000	-1.18	.46
	Depok	Jakarta	.204	.184	1.000	-.32	.73
		Bogor	.600	.243	.143	-.09	1.29
		Tangerang	.400	.243	1.000	-.29	1.09
		Bekasi	.241	.288	1.000	-.58	1.06
Tangerang	Jakarta	-.196	.184	1.000	-.72	.33	
	Bogor	.200	.243	1.000	-.49	.89	
	Depok	-.400	.243	1.000	-1.09	.29	



		Depok	.014	.280	1.000	-.76	.79
		Tangerang	.614	.280	.188	-.16	1.39
LSD	Jakarta	Bogor	.347	.179	.055	-.01	.70
		Depok	-.303	.179	.092	-.66	.05
		Tangerang	.297	.179	.100	-.06	.65
		Bekasi	-.317	.235	.178	-.78	.15
	Bogor	Jakarta	-.347	.179	.055	-.70	.01
		Depok	-.650*	.236	.006	-1.12	-.18
		Tangerang	-.050	.236	.833	-.52	.42
		Bekasi	-.664*	.280	.019	-1.22	-.11
	Depok	Jakarta	.303	.179	.092	-.05	.66
		Bogor	.650*	.236	.006	.18	1.12
		Tangerang	.600*	.236	.012	.13	1.07
		Bekasi	-.014	.280	.961	-.57	.54
	Tangerang	Jakarta	-.297	.179	.100	-.65	.06
		Bogor	.050	.236	.833	-.42	.52
		Depok	-.600*	.236	.012	-1.07	-.13
		Bekasi	-.614*	.280	.030	-1.17	-.06
	Bekasi	Jakarta	.317	.235	.178	-.15	.78
		Bogor	.664*	.280	.019	.11	1.22
		Depok	.014	.280	.961	-.54	.57
		Tangerang	.614*	.280	.030	.06	1.17
Bonferroni	Jakarta	Bogor	.347	.179	.550	-.16	.86



	Bogor	Jakarta	-.247	.192	.702	-.78	.28
		Depok	-.350	.253	.639	-1.05	.35
		Tangerang	-.050	.253	1.000	-.75	.65
		Bekasi	-.745	.300	.099	-1.57	.08
	Depok	Jakarta	.103	.192	.983	-.43	.63
		Bogor	.350	.253	.639	-.35	1.05
		Tangerang	.300	.253	.759	-.40	1.00
		Bekasi	-.395	.300	.681	-1.22	.43
	Tangerang	Jakarta	-.197	.192	.845	-.73	.33
		Bogor	.050	.253	1.000	-.65	.75
		Depok	-.300	.253	.759	-1.00	.40
		Bekasi	-.695	.300	.144	-1.52	.13
	Bekasi	Jakarta	.499	.251	.277	-.19	1.19
		Bogor	.745	.300	.099	-.08	1.57
		Depok	.395	.300	.681	-.43	1.22
		Tangerang	.695	.300	.144	-.13	1.52
LSD	Jakarta	Bogor	.247	.192	.201	-.13	.63
		Depok	-.103	.192	.591	-.48	.28
		Tangerang	.197	.192	.308	-.18	.58
		Bekasi	-.499*	.251	.048	-.99	.00
	Bogor	Jakarta	-.247	.192	.201	-.63	.13
		Depok	-.350	.253	.168	-.85	.15
		Tangerang	-.050	.253	.843	-.55	.45

		Bekasi	-.745*	.300	.014	-1.34	-.15
	Depok	Jakarta	.103	.192	.591	-.28	.48
		Bogor	.350	.253	.168	-.15	.85
		Tangerang	.300	.253	.237	-.20	.80
		Bekasi	-.395	.300	.189	-.99	.20
	Tangerang	Jakarta	-.197	.192	.308	-.58	.18
		Bogor	.050	.253	.843	-.45	.55
		Depok	-.300	.253	.237	-.80	.20
		Bekasi	-.695*	.300	.022	-1.29	-.10
	Bekasi	Jakarta	.499*	.251	.048	.00	.99
		Bogor	.745*	.300	.014	.15	1.34
		Depok	.395	.300	.189	-.20	.99
		Tangerang	.695*	.300	.022	.10	1.29
Bonferroni	Jakarta	Bogor	.247	.192	1.000	-.30	.79
		Depok	-.103	.192	1.000	-.65	.44
		Tangerang	.197	.192	1.000	-.35	.74
		Bekasi	-.499	.251	.484	-1.21	.21
	Bogor	Jakarta	-.247	.192	1.000	-.79	.30
		Depok	-.350	.253	1.000	-1.07	.37
		Tangerang	-.050	.253	1.000	-.77	.67
		Bekasi	-.745	.300	.139	-1.60	.11
	Depok	Jakarta	.103	.192	1.000	-.44	.65
		Bogor	.350	.253	1.000	-.37	1.07

			Tangerang	.300	.253	1.000	-.42	1.02
			Bekasi	-.395	.300	1.000	-1.25	.46
		Tangerang	Jakarta	-.197	.192	1.000	-.74	.35
			Bogor	.050	.253	1.000	-.67	.77
			Depok	-.300	.253	1.000	-1.02	.42
			Bekasi	-.695	.300	.216	-1.55	.16
		Bekasi	Jakarta	.499	.251	.484	-.21	1.21
			Bogor	.745	.300	.139	-.11	1.60
			Depok	.395	.300	1.000	-.46	1.25
			Tangerang	.695	.300	.216	-.16	1.55
Intensi Perilaku4	Tukey HSD	Jakarta	Bogor	.324	.188	.423	-.19	.84
			Depok	-.126	.188	.963	-.64	.39
			Tangerang	.224	.188	.757	-.29	.74
			Bekasi	-.331	.246	.664	-1.01	.35
		Bogor	Jakarta	-.324	.188	.423	-.84	.19
			Depok	-.450	.248	.366	-1.13	.23
			Tangerang	-.100	.248	.994	-.78	.58
			Bekasi	-.655	.294	.174	-1.46	.15
		Depok	Jakarta	.126	.188	.963	-.39	.64
			Bogor	.450	.248	.366	-.23	1.13
			Tangerang	.350	.248	.619	-.33	1.03
			Bekasi	-.205	.294	.957	-1.01	.60
		Tangerang	Jakarta	-.224	.188	.757	-.74	.29



		Bogor	.100	.248	.994	-.58	.78
		Depok	-.350	.248	.619	-1.03	.33
		Bekasi	-.555	.294	.328	-1.36	.25
	Bekasi	Jakarta	.331	.246	.664	-.35	1.01
		Bogor	.655	.294	.174	-.15	1.46
		Depok	.205	.294	.957	-.60	1.01
		Tangerang	.555	.294	.328	-.25	1.36
LSD	Jakarta	Bogor	.324	.188	.087	-.05	.70
		Depok	-.126	.188	.504	-.50	.25
		Tangerang	.224	.188	.235	-.15	.60
		Bekasi	-.331	.246	.180	-.82	.15
	Bogor	Jakarta	-.324	.188	.087	-.70	.05
		Depok	-.450	.248	.071	-.94	.04
		Tangerang	-.100	.248	.687	-.59	.39
		Bekasi	-.655*	.294	.027	-1.23	-.08
	Depok	Jakarta	.126	.188	.504	-.25	.50
		Bogor	.450	.248	.071	-.04	.94
		Tangerang	.350	.248	.159	-.14	.84
		Bekasi	-.205	.294	.487	-.78	.37
	Tangerang	Jakarta	-.224	.188	.235	-.60	.15
		Bogor	.100	.248	.687	-.39	.59
		Depok	-.350	.248	.159	-.84	.14
		Bekasi	-.555	.294	.061	-1.13	.02

	Bekasi	Jakarta	.331	.246	.180	-.15	.82
		Bogor	.655*	.294	.027	.08	1.23
		Depok	.205	.294	.487	-.37	.78
		Tangerang	.555	.294	.061	-.02	1.13
Bonferroni	Jakarta	Bogor	.324	.188	.866	-.21	.86
		Depok	-.126	.188	1.000	-.66	.41
		Tangerang	.224	.188	1.000	-.31	.76
		Bekasi	-.331	.246	1.000	-1.03	.37
	Bogor	Jakarta	-.324	.188	.866	-.86	.21
		Depok	-.450	.248	.706	-1.15	.25
		Tangerang	-.100	.248	1.000	-.80	.60
		Bekasi	-.655	.294	.271	-1.49	.18
	Depok	Jakarta	.126	.188	1.000	-.41	.66
		Bogor	.450	.248	.706	-.25	1.15
		Tangerang	.350	.248	1.000	-.35	1.05
		Bekasi	-.205	.294	1.000	-1.04	.63
	Tangerang	Jakarta	-.224	.188	1.000	-.76	.31
		Bogor	.100	.248	1.000	-.60	.80
		Depok	-.350	.248	1.000	-1.05	.35
		Bekasi	-.555	.294	.606	-1.39	.28
	Bekasi	Jakarta	.331	.246	1.000	-.37	1.03
		Bogor	.655	.294	.271	-.18	1.49
		Depok	.205	.294	1.000	-.63	1.04

	Tangerang	.555	.294	.606	-.28	1.39
--	-----------	------	------	------	------	------

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

### Intensi Perilaku1

	Lokasi Usaha	N	Subset for alpha = 0.05
			1
Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	3.55
	Tangerang	20	3.75
	Bekasi	11	3.91
	Jakarta	129	3.95
	Depok	20	4.15
	Sig.		

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

### Intensi Perilaku2

	Lokasi Usaha	N	Subset for alpha = 0.05	
			1	2

Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	3.70	
	Tangerang	20	3.75	3.75
	Jakarta	129	4.05	4.05
	Depok	20		4.35
	Bekasi	11		4.36
	Sig.		.582	.073

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

		Intensi Perilaku3		
		Subset for alpha = 0.05		
	Lokasi Usaha	N	1	2
Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	3.80	
	Tangerang	20	3.85	
	Jakarta	129	4.05	4.05
	Depok	20	4.15	4.15
	Bekasi	11		4.55
	Sig.		.636	.281

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

**Intensi Perilaku4**

		Subset for alpha = 0.05	
	Lokasi Usaha	N	1
Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	3.80
	Tangerang	20	3.90
	Jakarta	129	4.12
	Depok	20	4.25
	Bekasi	11	4.45
	Sig.		.065

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

**ANOVA**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Affordable Loss1	Between Groups	1.497	4	.374	.814	.518

	Within Groups	89.683	195	.460		
	Total	91.180	199			
Affordable Loss2	Between Groups	.890	4	.223	.520	.721
	Within Groups	83.465	195	.428		
	Total	84.355	199			
Affordable Loss3	Between Groups	2.893	4	.723	1.883	.115
	Within Groups	74.902	195	.384		
	Total	77.795	199			

### Multiple Comparisons

Dependent Variable		(I) Lokasi Usaha	(J) Lokasi Usaha	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Affordable Loss1	Tukey HSD	Jakarta	Bogor	.137	.163	.918	-.31	.59
			Depok	-.213	.163	.687	-.66	.24
			Tangerang	.087	.163	.984	-.36	.54
			Bekasi	-.077	.213	.996	-.66	.51
		Bogor	Jakarta	-.137	.163	.918	-.59	.31
			Depok	-.350	.214	.479	-.94	.24
			Tangerang	-.050	.214	.999	-.64	.54
			Bekasi	-.214	.255	.918	-.91	.49
		Depok	Jakarta	.213	.163	.687	-.24	.66

		Bogor	.350	.214	.479	-.24	.94
		Tangerang	.300	.214	.629	-.29	.89
		Bekasi	.136	.255	.984	-.56	.84
	Tangerang	Jakarta	-.087	.163	.984	-.54	.36
		Bogor	.050	.214	.999	-.54	.64
		Depok	-.300	.214	.629	-.89	.29
		Bekasi	-.164	.255	.968	-.86	.54
	Bekasi	Jakarta	.077	.213	.996	-.51	.66
		Bogor	.214	.255	.918	-.49	.91
		Depok	-.136	.255	.984	-.84	.56
		Tangerang	.164	.255	.968	-.54	.86
LSD	Jakarta	Bogor	.137	.163	.402	-.18	.46
		Depok	-.213	.163	.192	-.53	.11
		Tangerang	.087	.163	.595	-.23	.41
		Bekasi	-.077	.213	.719	-.50	.34
	Bogor	Jakarta	-.137	.163	.402	-.46	.18
		Depok	-.350	.214	.104	-.77	.07
		Tangerang	-.050	.214	.816	-.47	.37
		Bekasi	-.214	.255	.402	-.72	.29
	Depok	Jakarta	.213	.163	.192	-.11	.53
		Bogor	.350	.214	.104	-.07	.77
		Tangerang	.300	.214	.163	-.12	.72
		Bekasi	.136	.255	.593	-.37	.64

Bonferroni	Tangerang	Jakarta	-.087	.163	.595	-.41	.23
		Bogor	.050	.214	.816	-.37	.47
		Depok	-.300	.214	.163	-.72	.12
		Bekasi	-.164	.255	.521	-.67	.34
	Bekasi	Jakarta	.077	.213	.719	-.34	.50
		Bogor	.214	.255	.402	-.29	.72
		Depok	-.136	.255	.593	-.64	.37
		Tangerang	.164	.255	.521	-.34	.67
	Jakarta	Bogor	.137	.163	1.000	-.33	.60
		Depok	-.213	.163	1.000	-.68	.25
		Tangerang	.087	.163	1.000	-.38	.55
		Bekasi	-.077	.213	1.000	-.68	.53
	Bogor	Jakarta	-.137	.163	1.000	-.60	.33
		Depok	-.350	.214	1.000	-.96	.26
		Tangerang	-.050	.214	1.000	-.66	.56
		Bekasi	-.214	.255	1.000	-.94	.51
	Depok	Jakarta	.213	.163	1.000	-.25	.68
		Bogor	.350	.214	1.000	-.26	.96
		Tangerang	.300	.214	1.000	-.31	.91
		Bekasi	.136	.255	1.000	-.59	.86
Tangerang	Jakarta	-.087	.163	1.000	-.55	.38	
	Bogor	.050	.214	1.000	-.56	.66	
	Depok	-.300	.214	1.000	-.91	.31	



			Bekasi		-.164	.255	1.000		-.89	.56
		Bekasi	Jakarta		.077	.213	1.000		-.53	.68
			Bogor		.214	.255	1.000		-.51	.94
			Depok		-.136	.255	1.000		-.86	.59
			Tangerang		.164	.255	1.000		-.56	.89
Affordable Loss2	Tukey HSD	Jakarta	Bogor		.180	.157	.783		-.25	.61
			Depok		-.070	.157	.992		-.50	.36
			Tangerang		.080	.157	.987		-.35	.51
			Bekasi		-.075	.205	.996		-.64	.49
		Bogor	Jakarta		-.180	.157	.783		-.61	.25
			Depok		-.250	.207	.747		-.82	.32
			Tangerang		-.100	.207	.989		-.67	.47
			Bekasi		-.255	.246	.838		-.93	.42
		Depok	Jakarta		.070	.157	.992		-.36	.50
			Bogor		.250	.207	.747		-.32	.82
			Tangerang		.150	.207	.950		-.42	.72
			Bekasi		-.005	.246	1.000		-.68	.67
		Tangerang	Jakarta		-.080	.157	.987		-.51	.35
			Bogor		.100	.207	.989		-.47	.67
			Depok		-.150	.207	.950		-.72	.42
			Bekasi		-.155	.246	.970		-.83	.52
		Bekasi	Jakarta		.075	.205	.996		-.49	.64
			Bogor		.255	.246	.838		-.42	.93

		Depok	.005	.246	1.000	-.67	.68
		Tangerang	.155	.246	.970	-.52	.83
LSD	Jakarta	Bogor	.180	.157	.254	-.13	.49
		Depok	-.070	.157	.656	-.38	.24
		Tangerang	.080	.157	.612	-.23	.39
		Bekasi	-.075	.205	.717	-.48	.33
	Bogor	Jakarta	-.180	.157	.254	-.49	.13
		Depok	-.250	.207	.228	-.66	.16
		Tangerang	-.100	.207	.629	-.51	.31
		Bekasi	-.255	.246	.301	-.74	.23
	Depok	Jakarta	.070	.157	.656	-.24	.38
		Bogor	.250	.207	.228	-.16	.66
		Tangerang	.150	.207	.469	-.26	.56
		Bekasi	-.005	.246	.985	-.49	.48
	Tangerang	Jakarta	-.080	.157	.612	-.39	.23
		Bogor	.100	.207	.629	-.31	.51
		Depok	-.150	.207	.469	-.56	.26
		Bekasi	-.155	.246	.530	-.64	.33
	Bekasi	Jakarta	.075	.205	.717	-.33	.48
		Bogor	.255	.246	.301	-.23	.74
		Depok	.005	.246	.985	-.48	.49
		Tangerang	.155	.246	.530	-.33	.64
Bonferroni	Jakarta	Bogor	.180	.157	1.000	-.27	.63



	Bogor	Jakarta	-.361	.149	.114	-.77	.05
		Depok	-.450	.196	.151	-.99	.09
		Tangerang	-.450	.196	.151	-.99	.09
		Bekasi	-.405	.233	.413	-1.05	.24
	Depok	Jakarta	.089	.149	.975	-.32	.50
		Bogor	.450	.196	.151	-.09	.99
		Tangerang	.000	.196	1.000	-.54	.54
		Bekasi	.045	.233	1.000	-.60	.69
	Tangerang	Jakarta	.089	.149	.975	-.32	.50
		Bogor	.450	.196	.151	-.09	.99
		Depok	.000	.196	1.000	-.54	.54
		Bekasi	.045	.233	1.000	-.60	.69
	Bekasi	Jakarta	.044	.195	.999	-.49	.58
		Bogor	.405	.233	.413	-.24	1.05
		Depok	-.045	.233	1.000	-.69	.60
		Tangerang	-.045	.233	1.000	-.69	.60
LSD	Jakarta	Bogor	.361*	.149	.016	.07	.65
		Depok	-.089	.149	.550	-.38	.20
		Tangerang	-.089	.149	.550	-.38	.20
		Bekasi	-.044	.195	.823	-.43	.34
	Bogor	Jakarta	-.361*	.149	.016	-.65	-.07
		Depok	-.450*	.196	.023	-.84	-.06
		Tangerang	-.450*	.196	.023	-.84	-.06



	Tangerang	.000	.196	1.000	-.56	.56
	Bekasi	.045	.233	1.000	-.62	.71
Tangerang	Jakarta	.089	.149	1.000	-.33	.51
	Bogor	.450	.196	.227	-.11	1.01
	Depok	.000	.196	1.000	-.56	.56
	Bekasi	.045	.233	1.000	-.62	.71
Bekasi	Jakarta	.044	.195	1.000	-.51	.60
	Bogor	.405	.233	.836	-.26	1.07
	Depok	-.045	.233	1.000	-.71	.62
	Tangerang	-.045	.233	1.000	-.71	.62

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

### Affordable Loss1

	Lokasi Usaha	N	Subset for alpha = 0.05 1
Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	4.15
	Tangerang	20	4.20
	Jakarta	129	4.29
	Bekasi	11	4.36
	Depok	20	4.50
	Sig.		.476

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

<b>Affordable Loss2</b>			
			Subset for alpha = 0.05
	Lokasi Usaha	N	1
Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	4.20
	Tangerang	20	4.30
	Jakarta	129	4.38
	Depok	20	4.45
	Bekasi	11	4.45
	Sig.		

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

### Affordable Loss3

	Lokasi Usaha	N	Subset for alpha = 0.05 1
Tukey HSD <sup>a,b</sup>	Bogor	20	4.05
	Jakarta	129	4.41
	Bekasi	11	4.45
	Depok	20	4.50
	Tangerang	20	4.50
	Sig.		.149

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 20.108.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.