



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan hal yang menjadi sasaran penelitian. Objek dari penelitian ini adalah pengguna aplikasi Whatsapp di Indonesia yang khususnya berdomisili di Pulau Jawa (Banten, Jawa Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, dan Jawa Timur). Selain itu responden merupakan generasi Y (*Millennial/Next Generation*) yang lahir pada rentang tahun 1980 hingga 1994) dan generasi Z (*Generation M/Post-Millennials*) yang lahir pada rentang tahun 1995 hingga 2010).

3.2. Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) sebagai metode analisis dan pengolahan data, dikarenakan penelitian ini memiliki variabel laten. Variabel laten adalah variabel yang tidak bisa diukur dengan menggunakan angka, contoh perilaku orang, sikap (*attitude*), perasaan (*feeling*), motivasi (*motivation*), dan lain-lain. SEM merupakan ekstensi dari beberapa metode analisa multivariat, seperti *multiple regression* dan *factor* (Hair et al., 2010). Banyak penelitian yang menggunakan SEM untuk mempelajari pola perilaku konsumen (*consumer behavior*) yang kompleks yang memiliki banyak variabel dan hubungan antar variabel (Hair et al., 2010). Dasar pemilihan metode SEM pada penelitian ini adalah tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan mengkonfirmasi teori yang telah dibentuk sebelumnya dan mengujikannya

pada dua generasi yang berbeda, yaitu generasi Y dan generasi Z, bukan untuk mengembangkan teori baru.

Metode SEM (*Structural Equation Modelling*) memiliki beberapa tahapan – tahapan yang perlu dilakukan (Wijanto, 2008). Berikut merupakan gambaran tahapan yang akan dilakukan pada penelitian ini:



Gambar 3. 1. Alur Tahapan Penelitian SEM

1. *Data preparation* di Microsoft Excel

Data kuesioner yang telah dihimpun dari Google Form akan di *import* ke Microsoft Excel, untuk dibersihkan dan disiapkan. Pada tahap pembersihan data, peneliti memeriksa satu per satu jawaban responden berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan seperti, responden valid yang dapat digunakan datanya adalah responden tersebut harus berdomisili di daerah pada Pulau Jawa (Banten, Jawa Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, dan Jawa Timur), responden merupakan generasi Y ((*Millennial/Next Generation*) lahir pada rentang tahun 1980 hingga 1994) dan generasi Z ((*Generation M/Post-Millennials*) lahir pada rentang tahun 1995 hingga 2010). Responden juga harus memiliki aplikasi IM (*Instant Messaging*) selain Whatsapp dan telah menggunakan Whatsapp minimal selama 1 tahun. Peneliti juga melakukan pengecekan pada data *outliers* yang ada. Data *outliers* merupakan data yang memiliki nilai yang unik yang terlihat berbeda jauh dengan data-data lainnya.

2. *Data preparation* di SPSS

Data kuesioner yang telah dibersihkan pada Microsoft Excel akan di *import* ke SPSS untuk disiapkan agar data tersebut bisa diolah pada tahap selanjutnya.

3. Uji *Overall Model Fit* (kecocokan keseluruhan model)

Dalam penelitian ini tahap pertama dari uji kecocokan keseluruhan model dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi *goodness-of-fit* (GOF). GOF sendiri membantu peneliti untuk mengidentifikasi apakah data yang diperoleh mendukung keseluruhan model dari teori yang dibangun. (Hair et al., 2010) mengelompokkan *goodness-of-fit* (GOF) menjadi 3 bagian, yaitu:

1. *Absolute fit measure* (ukuran kecocokan absolut)

Merupakan ukuran yang digunakan untuk menentukan derajat prediksi model keseluruhan ukuran dan struktural (*measurement* dan *structural*) terhadap matriks korelasi dan kovarian.

2. *Incremental fit measure* (ukuran kecocokan *incremental*)

Merupakan ukuran untuk membandingkan model yang digunakan dalam penelitian dengan model dasar (*baseline model*).

3. *Parsimony fit measure* (ukuran kecocokan parsimoni)

Ukuran yang digunakan untuk mengukur kesederhanaan model, yaitu model yang memiliki *degree of freedom* yang tinggi untuk setiap *degree of freedom*.

Nilai rujukan yang dapat digunakan dalam pengujian dan pemeriksaan kecocokan dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3. 1. Perbandingan Ukuran Goodness Of Fit

FIT INDICES	Cutoff Values for GOF Index					
	N < 250			N > 250		
	M ≤ 12	12 < m < 30	M ≥ 30	M ≤ 12	12 < m < 30	m ≥ 30
Absolute Fit Indices						
RMSEA	RMSEA < 0.08	RMSEA < 0.08	RMSEA < 0.08	RMSEA < 0.07	RMSEA < 0.07	RMSEA < 0.07
	CFI ≥ 0.97	CFI ≥ 0.95	CFI ≥ 0.92	CFI ≥ 0.97	CFI ≥ 0.97	CFI ≥ 0.97
Incremental Fit Indices						
CFI	CFI ≥ 0.97	CFI ≥ 0.95	CFI ≥ 0.92	CFI ≥ 0.95	CFI ≥ 0.92	CFI ≥ 0.90
Parsimonius Fit Indices						
PNFI	0 ≤ PNFI ≤ 1, <i>relatively high values represent relatively better fit</i>					

Sumber: (Hair et al., 2010).

4. *Measurement Model Fit* (Kecocokan Model Pengukuran)

Confirmatory Factor Analysis (CFA) memungkinkan peneliti untuk menguji *measurement theory*. Uji kecocokan model pengukuran dilakukan terhadap setiap *measurement model* (hubungan antara variabel laten dengan variabel teramati) secara terpisah melalui uji validitas dan reliabilitas dari model pengukuran (Hair et al., 2010).

1. Uji validitas

Suatu variabel dapat dikatakan memiliki tingkat validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel laten jika *standardized loading factors* (SLF) lebih besar dari 0.5 dan *t-value* lebih besar dari nilai kritis ≥ 1.96 (Hair et al., 2010).

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkatan yang menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki konsistensi tinggi dalam mengukur konstruk latennya (variabel laten). Terdapat dua rumus untuk menghitung tinggi atau rendahnya reliabilitas (Hair et al., 2010), yaitu:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std loading})^2}{(\sum \text{std loading})^2 + \sum e}$$

Rumus 3. 1. Construct Reliability

Sumber: (Hair et al., 2010).

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum \text{std loading}^2}{\sum \text{std loading}^2 + \sum e}$$

Rumus 3. 2. Variance Extracted

Sumber: (Hair et al., 2010).

Menurut (Hair et al., 2010), suatu variabel dinilai memiliki reliabilitas yang baik jika nilai *Construct Reliability* (CR) menunjukkan angka ≥ 0.70 dan nilai *Variance Extracted* (VE) menunjukkan angka ≥ 0.50 .

5. *Structural Model Fit* (Kecocokan Model Struktural)

Uji kecocokan model structural hanya dapat dilakukan jika *measurement model* telah diukur valid (Hair et al., 2010). Tahap ini bertujuan untuk menggambarkan/membuat visualisasi terkait hipotesis yang telah ditentukan dengan variabel laten dan indikator – indikatornya. Gambaran/visualisasi model akan membantu dalam mengurangi kesalahan dan dapat melihat hubungan antar variabel laten pada penelitian. *Path diagram* akan dibuat pada *software* LISREL. Pembuatan *path diagram* akan membantu untuk melihat hubungan antar variabel laten yang ada dan pengujian hipotesis di tahap berikutnya.

3.2.1. Metode Analisis Data

Tabel 3. 2. Perbandingan Metode Analisis Data

Multiple Regression	SEM
Biasanya digunakan pada model penelitian yang lebih sederhana.	Biasanya digunakan pada model penelitian yang lebih rumit atau kompleks.
Pada satu waktu hanya dapat menguji hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.	Dapat melakukan uji hubungan secara simultan (bersamaan) keseluruhan model dan variabel yang ada
Hasil analisis hubungan berupa hubungan dari variabel satu. dengan yang lainnya saja	Hasil analisis hubungan berupa hubungan antar seluruh variabel yang terdapat pada model tersebut secara bersamaan (satu waktu).

Penelitian ini menggunakan model yang telah dimodifikasi dari penelitian sebelumnya (Hsu & Lin, 2016; Lin, 2007) dan mempunyai variabel yang cukup banyak. Analisis data juga perlu dilakukan sebanyak dua kali karena model akan dijalankan dan dianalisa dengan dua kelompok responden yang berbeda yaitu generasi Y dan Z. Dengan

menimbang hal – hal tersebut maka penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode analisis SEM (*Structural Equation Modelling*).

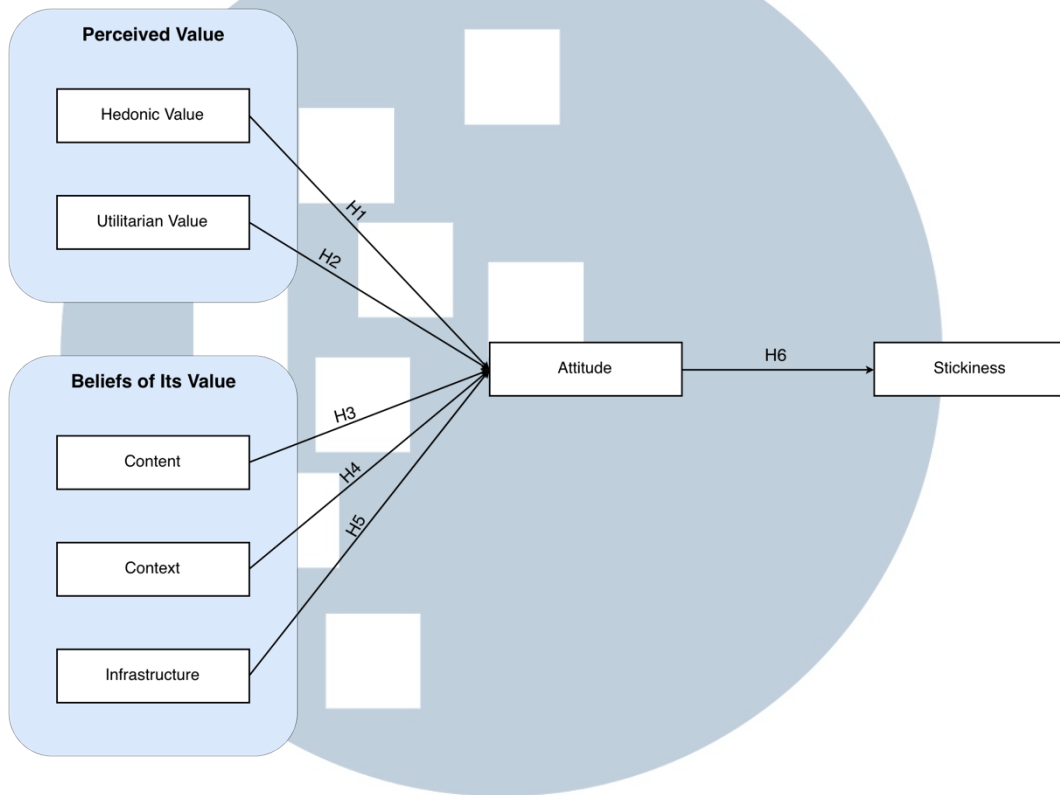
3.2.2. Tools Pengukuran Data

Tabel 3. 3. Perbandingan Tools Pengukuran Data

LISREL	AMOS
Untuk menganalisa data cukup dengan menuliskan <i>syntax</i> yang digunakan oleh LISREL untuk melaksanakan suatu perintah.	Untuk melakukan analisa data perlu untuk menggambarkan model penelitian terlebih dahulu.
Diuntungkan bagi penelitian yang menggunakan model yang kompleks, karena <i>syntax</i> bisa disalin dan ditempel pada <i>workbench</i> yang berbeda.	Bagi penelitian yang memiliki model yang kompleks. Gambaran model tidak bisa disaling dan ditempel pada <i>workbench</i> yang berbeda.

Penelitian ini akan melakukan pengolahan data lebih dari 1 kali karena dalam penelitian ini akan menguji model pada dua kelompok responden yang berbeda, yaitu generasi Y dan Z. LISREL merupakan tools untuk melakukan analisis metode SEM yang dapat membuat analisis penelitian ini lebih cepat, karena hanya dengan menuliskan *syntax*, analisis SEM dapat dilaksanakan dan *syntax* tersebut bisa dicopy untuk dilakukan di *workbench* lainnya. Sedangkan pada AMOS, model yang sudah digambar tidak bisa dicopy atau digunakan pada *workbench* lainnya dan harus menggambar ulang model yang digunakan pada penelitian tersebut Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan LISREL lebih sesuai untuk digunakan pada penelitian ini.

3.3. Model



Gambar 3.2. Model

3.4. Hipotesis

Adapun hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H1. *Hedonic Value* akan mempengaruhi *Attitude*.
2. H2. *Utilitarian value* akan mempengaruhi *Attitude*.
3. H3. *Content* akan mempengaruhi *Attitude*.
4. H4. *Context* akan mempengaruhi *Attitude*.
5. H5. *Infrastructure* akan mempengaruhi *Attitude*.
6. H6. *Attitude* akan mempengaruhi *Stickiness*.

3.5. Variabel Penelitian

Berikut adalah variabel penelitian dari penelitian ini:

Variabel independen (eksogen):

- a. *Hedonic value.*
- b. *Utilitarian value.*
- c. *Content.*
- d. *Context.*
- e. *Infrastructure.*

Variabel intervening (endogen):

- a. *Attitude.*

Variabel dependen (endogen):

- a. *Stickiness.*

Pada penelitian ini terdapat 26 pernyataan atau *measurement* yang mengukur *hedonic value*, *utilitarian value*, *content*, *context*, *infrastructure*, *attitude*, *stickiness*.

Definisi variabel:

- *Hedonic value*

Hedonic bisa disebut dengan *pleasure oriented* (van der Heijden, 2004). Istilah *hedonic* berasal dari kata *hedonism*, yang berarti bahwa doktrin bahwa kesenangan atau kebahagiaan adalah satu-satunya atau kebaikan utama dalam hidup (“Hedonism | Definition of Hedonism by Merriam-Webster,” 2018). *Hedonic information system* memiliki tujuan untuk menyediakan pemenuhan untuk diri sendiri bagi penggunanya yang sangat berhubungan

dengan aktivitas yang dilakukan di waktu luang/santai maupun hal yang menyenangkan dalam penggunaan sistem informasi. Nilai dari sistem *hedonic* adalah tingkat dimana pengguna mengalami tingkat kesenangan ketika sedang menggunakan sistem untuk mendapatkan suatu pengalaman yang menyenangkan (*pleasurable experience*) (van der Heijden, 2004).

- *Utilitarian value*

Utilitarian bisa disebut dengan *productivity oriented*. Sistem *Utilitarian* memiliki tujuan untuk menyediakan nilai instrumental bagi penggunanya. Nilai instrumental berarti memiliki tujuan eksternal untuk interaksi antara pengguna dan sistem, seperti meningkatkan kinerja tugas. Tujuan dari *Utilitarian information system* adalah untuk meningkatkan kinerja tugas penggunanya sambil meningkatkan efisiensi (van der Heijden, 2004).

- *Content*

Persepsi pengguna tentang kualitas/kegunaan informasi yang disediakan oleh suatu aplikasi (Davis, 1989). *Content* dapat dinilai berdasarkan tingkat kegunaan, kelengkapan, kejelasan, aktual/terkini, ketepatan (*accurate*), dan ringkas (*concise*) atau tidaknya isi *software/aplikasi* tersebut (Lin, 2007).

- *Context*

Persepsi pengguna tentang *context* membahas tentang sejauh mana desain antarmuka suatu aplikasi efektif (Aladwani & Palvia, 2002). *Context* dapat dinilai berdasarkan keteraturan, penggunaan *font*, dan kombinasi warna

yang pantas digunakan pada tampilan antarmuka (*user interface*) *software/aplikasi* (Lin, 2007).

- *Infrastructure*

Persepsi pengguna tentang *infrastructure* membahas tentang efisiensi yang disediakan oleh infrastruktur suatu aplikasi (Aladwani & Palvia, 2002). *Infrastructure* dapat dinilai dari tingkat kemudahan penggunaan, ketersediaan (*availability*), dan kecepatan dalam memuat konten yang ada pada *software/aplikasi* (Lin, 2007).

- *Attitude*

Attitude dapat didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif dari suatu individu dalam menggunakan suatu sistem, contoh pengaruh evaluatif pengguna dalam menggunakan suatu sistem atau aplikasi (Davis, 1989). *Attitude* yang dirasakan pengguna suatu aplikasi atau sistem relatif dapat dirasakan lebih lama (Oliver, 1980).

- *Stickiness*

Stickiness merupakan suatu kemampuan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan/penggunanya (Zott et al., 2000). *Stickiness* terhadap suatu aplikasi menuju pada niat pengguna untuk menggunakan ulang dan memperpanjang waktu/durasi penggunaan terhadap suatu aplikasi.

Dengan meningkatkan jumlah dari berapa kali pengguna telah mengunjungi/menggunakan aplikasi dan durasi setiap kunjungan merujuk pada peningkatan *stickiness* terhadap suatu aplikasi (Hsu & Lin, 2016).

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data tentu saja dibutuhkan untuk melakukan analisa statistik, penelitian ini menggunakan metode survei dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* dengan menggunakan Google Form.

Sampel atau responden yang diperlukan pada penelitian ini adalah responden yang menggunakan aplikasi Whatsapp. Responden tersebut harus berdomisili di daerah pada Pulau Jawa (Banten, Jawa Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, dan Jawa Timur), responden merupakan generasi Y ((*Millennial/Next Generation*) lahir pada rentang tahun 1980 hingga 1994) dan generasi Z ((*Generation M/Post-Millennials*) lahir pada rentang tahun 1995 hingga 2010). Responden juga harus memiliki aplikasi IM (*Instant Messaging*) selain Whatsapp dan telah menggunakan Whatsapp minimal selama 1 tahun. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan tujuan dan kriteria yang telah ditentukan pada penelitian ini.

Untuk mengukur jawaban yang didapat dari responden digunakan skala pengukuran 5-Likert, yang dapat mengukur *stickiness* responden pada aplikasi Whatsapp.

Untuk menjaga validasi data yang telah *submit* oleh responden bisa menggunakan beberapa cara, diantaranya:

- a. Hasil kuesioner yang didapat akan diuji validitas dan reliabilitas.

Menurut (Hair et al., 2010) minimal 5 responden per indikator akan mencukupi untuk distribusi normal, ketika sebuah variabel laten

memiliki beberapa indikator. Pada penelitian ini jumlah indikator pada seluruh variabel adalah sebanyak 26 indikator. Jumlah sampel yang diperlukan pada penelitian ini minimal sebanyak $5 \times 26 = 130$ responden per generasi, mengingat penelitian ini membandingkan *consumer behavior* pada 2 buah generasi yang berbeda, yaitu generasi Y dan Z. Jadi minimal jumlah responden pada penelitian ini adalah 260 responden (130 responden yang mewakili generasi Y dan 130 responden yang mewakili generasi Z).

Untuk mengukur jawaban yang didapat dari responden menggunakan skala pengukuran Likert. Skala Likert dapat digunakan untuk mengukur tingkat persepsi seseorang mengenai penggunaan aplikasi Whatsapp. Skala ini akan terdiri dari lima tingkat pengukuran. Dasar atas pemilihan menggunakan skala Likert dengan lima tingkat pengukuran adalah mengikuti penelitian terdahulu pada Tabel 2.1, dengan alasan menggunakan lima tingkat pengukuran diharapkan dapat memudahkan responden untuk mengisi kuesioner penelitian yang diberikan, karena hanya memiliki 5 pilihan jawaban. Tabel 3.4 merupakan tingkatan dari skala Likert dan nilai yang digunakan.

Tabel 3. 4. Poin Skala Likert

No	Jawaban	Kode	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Setiap indikator dan variabel yang ada pada penelitian ini dibentuk atas dasar penelitian sebelumnya, yaitu (Hsu & Lin, 2016; Lin, 2007; Zhang et al., 2017). Indikator tersebut akan disesuaikan dari objek penelitian ini, yaitu pada aplikasi IM (*Instant Messaging*) Whatsapp. Tabel 3.5 merupakan tabel dari indikator variabel setiap pertanyaan yang ada pada kuesioner penelitian.

Tabel 3. 5. Variabel dan Indikator Kuesioner

No	Variabel	Indikator		Atas Dasar
1	Hedonic Value	HV1	Saya merasa senang menggunakan Whatsapp	(Hsu & Lin, 2016)
		HV2	Saya merasa puas saat menggunakan Whatsapp	(Hsu & Lin, 2016)
		HV3	Saya menikmati menggunakan Whatsapp	(Hsu & Lin, 2016)
2	Utilitarian Value	UV1	Menggunakan Whatsapp dapat membantu saya untuk menyelesaikan pekerjaan, berkomunikasi, dan bertransaksi dengan lebih cepat	(Hsu & Lin, 2016)
		UV2	Menggunakan Whatsapp dapat membantu saya untuk menyelesaikan pekerjaan, berkomunikasi, dan bertransaksi dengan lebih efektif	(Hsu & Lin, 2016)
		UV3	Menggunakan Whatsapp dapat meningkatkan keberhasilan/produktifitas dalam bekerja, berkomunikasi, dan bertransaksi	(Hsu & Lin, 2016)
		UV4	Menggunakan Whatsapp dapat meningkatkan kualitas bekerja, berkomunikasi, dan bertransaksi	(Hsu & Lin, 2016)
3	Content	CT1	Konten yang dimiliki Whatsapp berguna	(Lin, 2007)
		CT2	Konten yang dimiliki Whatsapp lengkap	(Lin, 2007)
		CT3	Konten yang dimiliki Whatsapp jelas	(Lin, 2007)
		CT4	Konten yang dimiliki Whatsapp terkini/aktual	(Lin, 2007)
		CT5	Konten yang dimiliki Whatsapp ringkas (<i>concise</i>)	(Lin, 2007)

No	Variabel	Indikator		Atas Dasar
		CT6	Konten yang dimiliki Whatsapp tepat (<i>accurate</i>)	(Lin, 2007)
4	Context	CX1	Tampilan yang dimiliki Whatsapp terlihat teratur (<i>organized</i>)	(Lin, 2007)
		CX2	Tampilan yang dimiliki Whatsapp menggunakan <i>font</i> yang pantas	(Lin, 2007)
		CX3	Tampilan yang dimiliki Whatsapp menggunakan kombinasi warna yang pantas	(Lin, 2007)
5	Infrastructure	IS1	Whatsapp mudah untuk digunakan	(Lin, 2007)
		IS2	Whatsapp selalu tersedia ketika saya sedang ingin memakainya	(Lin, 2007)
		IS3	Konten dalam Whatsapp dapat dimuat dengan cepat	(Lin, 2007)
6	Attitude	AT1	Saya dapat menerima Whatsapp dengan baik	(Hsu & Lin, 2016)
		AT2	Saya suka (<i>like</i>) menggunakan Whatsapp	(Hsu & Lin, 2016)
		AT3	Saya merasa senang (<i>feeling good</i>) menggunakan Whatsapp	(Hsu & Lin, 2016)
7	Stickiness	SQ1	Saya akan menghabiskan waktu lebih lama pada Whatsapp daripada aplikasi pesan instan lainnya	(Hsu & Lin, 2016)
		SQ2	Saya berniat untuk menghabiskan lebih banyak waktu pada Whatsapp	(Hsu & Lin, 2016)
		SQ3	Saya menggunakan Whatsapp sesering yang saya bisa	(Hsu & Lin, 2016)
		SQ4	Saya menggunakan Whatsapp seriap kali saya <i>online</i>	(Hsu & Lin, 2016)

Data kuesioner yang telah dihimpun akan diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*).

Software pengolahan dan analisa data yang akan digunakan adalah LISREL 8.70.

3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas mengukur sejauh mana sebuah pernyataan secara akurat merepresentasikan apa yang akan ingin diukur. *Measurement* dapat dikatakan

valid apabila pernyataan pada kuesioner dapat mewakili apa yang ingin diukur. Penelitian ini menggunakan uji validitas dengan menggunakan *factor analysis*.

Factor analysis adalah teknik yang dapat menganalisa hubungan dan korelasi antara variabel dalam jumlah yang besar (Hair et al., 2010). Dengan melakukan *factor analysis* dapat melihat ada atau tidaknya korelasi antar indikator dan melakukan analisa bahwa indikator tersebut dapat mewakili sebuah variabel laten atau tidak, serta dapat digunakan untuk melihat data yang diperoleh valid dan reliabel (Malhotra, 2010). Tabel 3.6 akan menunjukkan ukuran validitas beserta nilai yang disyaratkan untuk pemeriksaan validitas data.

Tabel 3. 6. Ukuran Validitas

No.	Ukuran Validitas	Nilai Disyaratkan
1.	<i>Kaiser Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy</i> Merupakan sebuah indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan model analisis.	Nilai KMO ≥ 0.5 mengindikasikan bahwa analisis faktor telah memadai (Malhotra, 2012).
2.	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i> Merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel – variabel tidak berkorelasi pada populasi.	Uji nilai signifikan < 0.05 menunjukkan bahwa hubungan yang signifikan antara variabel (Hair et al., 2010).
3.	<i>Anti Image Matrices</i> Untuk memprediksi apakah suatu variabel memiliki kesalahan terhadap variabel yang lainnya.	Dengan memperhatikan nilai <i>Measure of Sampling Adequacy</i> (MSA) pada diagonal <i>anti image correlation</i> . Nilai MSA berkisar antara 0 sampai 1 dengan kriteria: <ul style="list-style-type: none"> • Nilai MSA = 1, menandakan bahwa variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lainnya. • Nilai MSA ≥ 0.50, menandakan bahwa variabel tersebut masih dapat diprediksi dan dapat

		<p>dianalisis lebih lanjut lagi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai $MSA \leq 0.50$, menandakan bahwa variabel tersebut tidak dapat dianalisis lebih lanjut lagi dan harus dihilangkan dari analisis faktor. Perlu dilakukan pengulangan perhitungan analisis faktor dengan mengeluarkan indikator yang memiliki nilai $MSA \leq 0.50$ (Hair et al., 2010).
4.	<p>Factor Loading of Component Matrix Merupakan besaran korelasi suatu indikator dengan faktor yang terbentuk.</p>	<p>Factor Loading ≥ 0.50 menunjukkan kriteria validitas suatu indikator yang valid (Hair et al., 2010).</p>

Uji reliabilitas merupakan sebuah proses yang harus dilakukan agar dapat mengetahui tingkat kehandalan sebuah penelitian. Tingkat kehandalan yang dimaksud dapat dilihat dari seberapa konsisten dan stabilnya responden menjawab pertanyaan dalam kuesioner penelitian tersebut (Malhotra, 2012). Menurut (Hair et al., 2010) reliabilitas adalah sejauh mana variabel yang diamati mengukur *true value* dan *error free*. Hal ini akan menunjukkan bahwa variabel yang dinilai reliabel memiliki konsistensi yang lebih baik dibandingkan dengan *measurement* yang tidak reliabel, apabila diuji berulang kali.

Cronbach's alpha merupakan ukuran dalam mengukur korelasi antar jawaban dari keseluruhan pertanyaan dari suatu variabel. Variabel yang memiliki nilai *cronbach's alpha* ≥ 0.6 , dapat dikatakan variabel tersebut reliabel (Hair et al., 2010).

3.7.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

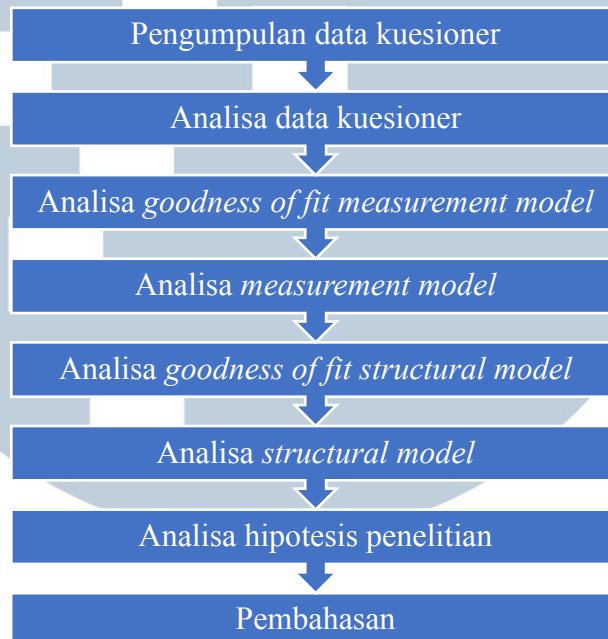
Tabel 3. 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

No	Variabel	Kode Measurement	Uji Validitas					Uji Reliabilitas	
			KMO	.Sig	MSA	Factor Loadings	Valid / Tidak Valid	Cronbach's Alpha	Reliabel / Tidak Reliabel
1	Hedonic Value	HV1	0,744	0	0,705	0,935	Valid	0,909	Reliabel
2		HV2	0,744	0	0,825	0,896	Valid	0,909	Reliabel
3		HV3	0,744	0	0,721	0,929	Valid	0,909	Reliabel
4	Utilitarian Value	UV1	0,75	0	0,764	0,913	Valid	0,92	Reliabel
5		UV2	0,75	0	0,711	0,917	Valid	0,92	Reliabel
6		UV3	0,75	0	0,771	0,861	Valid	0,92	Reliabel
7		UV4	0,75	0	0,759	0,919	Valid	0,92	Reliabel
8	Content	CT1	0,737	0	0,796	0,858	Valid	0,892	Reliabel
9		CT2	0,737	0	0,798	0,69	Valid	0,892	Reliabel
10		CT3	0,737	0	0,776	0,834	Valid	0,892	Reliabel
11		CT4	0,737	0	0,698	0,856	Valid	0,892	Reliabel
12		CT5	0,737	0	0,717	0,746	Valid	0,892	Reliabel
13		CT6	0,737	0	0,682	0,909	Valid	0,892	Reliabel
14	Context	CX1	0,686	0	0,702	0,809	Valid	0,732	Reliabel
15		CX2	0,686	0	0,655	0,849	Valid	0,732	Reliabel
16		CX3	0,686	0	0,71	0,804	Valid	0,732	Reliabel
17	Infrastructure	IS1	0,668	0	0,789	0,759	Valid	0,762	Reliabel
18		IS2	0,668	0	0,63	0,871	Valid	0,762	Reliabel
19		IS3	0,668	0	0,641	0,859	Valid	0,762	Reliabel
20	Attitude	AT1	0,701	0	0,851	0,836	Valid	0,87	Reliabel
21		AT2	0,701	0	0,65	0,926	Valid	0,87	Reliabel
22		AT3	0,701	0	0,666	0,914	Valid	0,87	Reliabel
23	Stickiness	SQ1	0,857	0	0,832	0,915	Valid	0,921	Reliabel
24		SQ2	0,857	0	0,836	0,913	Valid	0,921	Reliabel
25		SQ3	0,857	0	0,887	0,88	Valid	0,921	Reliabel
26		SQ4	0,857	0	0,878	0,888	Valid	0,921	Reliabel

Tabel 3.7 merupakan hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner yang sudah disebarakan secara *online* menggunakan Google Form. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 30 responden pertama yang mengisi kuesioner penelitian ini, 7 diantaranya berasal dari responden generasi Y (*Millennial/Next Generation*) yang lahir pada rentang tahun 1980 hingga 1994 dan 23 diantaranya berasal dari responden generasi Z (*Generation M/Post-Millennials*) yang lahir pada rentang tahun 1995 hingga 2010. Hasil dari uji validitas dan reliabilitas

pada penelitian ini bisa dikatakan baik karena seluruh kriteria uji validitas dan reliabilitas dapat dipenuhi dengan mendapatkan nilai yang cenderung baik pada setiap variabel yang dimiliki oleh penelitian ini.

3.8. Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 3. 3. Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 3.3 merupakan gambaran kerangka pikir penelitian yang akan dilakukan pada penelitian ini. Hal pertama yang akan dilakukan adalah mengumpulkan data kuesioner penelitian yang sudah disebar dengan menggunakan *platform* Google Form. Kemudian hasil kuesioner tersebut akan dianalisa terlebih dahulu sebelum lanjut ketahap berikutnya, analisa yang dilakukan adalah melakukan analisis deskriptif terhadap jawaban atas pernyataan yang telah diberikan kepada responden untuk mengetahui respon mereka terhadap suatu indikator.

Cara yang digunakan adalah dengan mencari rata – rata dari jawaban responden terhadap masing – masing pernyataan. Setelah analisa data kuesioner telah selesai, proses akan berlanjut pada tahapan selanjutnya, yaitu analisa *goodness of fit measurement model*. Pada analisa *goodness of fit measurement model* akan melihat apakah pada *measurement model* tersebut dapat lolos uji GOF (*Goodness Of Fit*). Seluruh data pada *measurement model* tersebut wajib untuk memenuhi syarat dan lolos pada uji GOF, jika tidak maka penelitian tidak layak untuk dilanjutkan ketahapan berikutnya.

Pada tahapan analisa *measurement model* akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap data dengan menggunakan *measurement model* tersebut dengan melihat nilai dari SLF (*Standard Loading Factor*) dan *t-value* untuk pengujian validitas terhadap data. Nilai CR (*Construct Reliability*) dan VE (*Variance Extracted*) juga harus diperhatikan ketika melihat dan menilai reliabilitas data dengan menggunakan *measurement model* tersebut. Setelah analisis *measurement model* telah usai dan seluruh measurement dikatakan valid dan reliabel maka tahapan akan berlanjut pada proses analisa *goodness of fit structural model*.

Pada tahapan analisa *goodness of fit structural model* akan melakukan uji GOF seperti yang dilakukan pada *measurement model*, tetapi pada kali ini sudah menggunakan *structural model* yang dimiliki oleh penelitian ini. Setelah seluruh uji GOF pada *structural model* sudah memenuhi syarat maka akan berlanjut pada analisa *structural model*. Pada analisa *structural model* akan dilakukan analisa terhadap hubungan timbal balik variabel diantara variabel. Setelah melakukan

analisis *structural model* maka tahapan selanjutnya adalah analisa hipotesis penelitian yang akan mengungkapkan hasil uji hipotesis penelitian yang dilakukan dan tahapan yang terakhir adalah memberikan pembahasan terkait penelitian yang sudah dilakukan.

