



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 II

LANDASAN TEORI

2.1 *Stickiness*

Stickiness adalah kemampuan suatu sistem atau aplikasi untuk menarik dan mempertahankan *User*nya (Mingli, 2017). *Stickiness* terhadap suatu aplikasi menuju kepada keinginan *user* untuk menggunakan dan memperpanjang waktu penggunaan aplikasi tersebut. Dengan meningkatkan jumlah *visit* dari *user* dan durasi setiap kunjungannya merujuk kepada peningkatan *stickiness* suatu aplikasi. *Stickiness* juga umumnya terjadi ketika *user* merasa puas dan memiliki rasa positif yang melekat pada suatu aplikasi atau sistem yang digunakan (Hsu & Lin, 2016).

2.2 *Structural Equation Modelling*

Structural Equation Modelling atau disebut juga SEM adalah teknik permodelan statistic yang paling umum digunakan untuk pengukuran ilmu perilaku yang menjelaskan hubungan antara multi-variabel (Mingli, 2017). Hal yang faktor laten. SEM mampu menghasilkan kerangka kerja yang sangat umum dan mudah untuk analisis statistik dan biasanya divisualisasikan dengan menggunakan graphical path diagram. Rasio ukuran-ke-parameter sampel yang ideal adalah 20: 1. Misalnya, jika total $q = 10$ parameter model memerlukan perkiraan statistik, maka ukuran sampel minimum yang ideal adalah 20×10 , atau $N = 200$. Kurang ideal adalah rasio $N: q$ 10: 1, yang untuk contoh yang baru saja diberikan untuk $q = 10$ akan menjadi ukuran sampel minimal 10×10 , atau $N = 100$ (Kline, 2011)

2.2.1 Prosedur Pengerjaan SEM

SEM memiliki beberapa metode pengerjaan, dibawah ini adalah metode-metode SEM menurut Wijanto:

1. Spesifikasi Model

Tahap ini merupakan pembentukan model awal penelitian dalam bentuk struktural sebelum melakukan estimasi. Model awal tersebut dibentuk berdasarkan suatu teori/penelitian sebelumnya (Wijanto, 2016).

2. Identifikasi

Tahap ini berfungsi untuk mengidentifikasi kemungkinan diperolehnya suatu nilai unik untuk setiap parameter yang terdapat pada model dan kemungkinan persamaan simultan yang tidak memiliki solusi. Terdapat 3 kategori identifikasi dalam persamaan simultan, yaitu (Wijanto, 2016):

I. *Under-identified model*

Model dengan jumlah parameter yang jauh lebih besar dibandingkan dengan jumlah data yang diperoleh (datanya merupakan *variance* dan *covariance* dari variabel-variabel yang diamati) (Wijanto, 2016).

II. *Just identified model*

Model dengan jumlah parameter yang sama dengan jumlah data yang diperoleh (Wijanto, 2016).

III. *Over identified model*

Model dengan jumlah parameter yang jauh lebih kecil dengan jumlah data yang diperoleh (Wijanto, 2016).

3. Estimasi

Tahap ini merupakan tahap untuk menghasilkan nilai-nilai parameter terhadap model dengan menggunakan salah satu metode estimasi yang ada. Dalam menentukan metode tersebut, seringkali ditentukan berdasarkan karakteristik dari variabel-variabel yang akan dianalisis. Pada SEM, contoh metode tersebut diantaranya yaitu *maximum likelihood*, *weighted least square* (Wijanto, 2016).

4. Uji Kecocokan

Ukuran kesesuaian model merupakan tahap dalam menentukan derajat kecocokan diterima atau tidak diterimanya suatu model. Untuk menguji keseluruhan model dapat dilihat melalui *Goodness of fit* dan signifikansi koefisien pada model pengukuran dan model struktural. Evaluasi terhadap tingkat kecocokan data dengan model dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu kecocokan keseluruhan model (*overall model fit*), kecocokan model pengukuran (*measurement model fit*), dan kecocokan model struktural (*structural model fit*) (Wijanto, 2016):

I. *Overall Model Fit*

Menurut (Wijanto, 2016), uji kecocokan absolut menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan

pengukuran) terhadap matriks korelasi dan kovarian. Dari berbagai uji kecocokan absolut, uji yang biasanya digunakan untuk mengevaluasi model persamaan struktural adalah sebagai berikut:

(1) Ukuran Kecocokan Absolut

a. Chi-Square (χ^2) dan Probabilitas

Chi-square merupakan statistik pertama dan satu-satunya uji statistik dalam GOF. Chi-square digunakan untuk menguji seberapa dekat kecocokan antara matrik kovarian sampel S dengan matrik kovarian model $\Sigma(\theta)$. Uji statistik χ^2 adalah sebuah distribusi Chi-Square dengan *degree of freedom* (df) sebesar $c - p$ dimana $c = (nx + ny)(nx + ny + 1)/2$ adalah banyaknya matrik varian-kovarian non-redundan dari variabel teramati. Dengan nx adalah banyaknya variabel teramati x , ny adalah banyaknya variabel teramati y sedangkan p adalah parameter yang diestimasi dan n adalah ukuran sampel.

$$\chi^2 = (n - 1)F(S \sum(\theta))$$

Rumus 2. 1 Chi- Square dan Probabilitas

Menurut Joreskog & Sorbom (1989), χ^2 seharusnya lebih diperlakukan sebagai ukuran *goodness of fit* (atau *badness of fit*) dan bukan sebagai uji statistik. disebut sebagai *badness of fit* karena nilai yang

besar menunjukkan kecocokan yang tidak baik (*bad fit*) sedangkan nilai yang kecil menunjukkan *good fit* (kecocokan yang baik).

P adalah χ^2 probabilitas untuk memperoleh penyimpangan besar sehingga nilai *chi-square* yang signifikan ($\leq 0,05$) menunjukkan bahwa data empiris yang diperoleh memiliki perbedaan dengan teori yang telah dibangun. Sedangkan nilai probabilitas tidak signifikan adalah yang diharapkan untuk menunjukkan data empiris sesuai dengan model. Oleh karena itu diperoleh kesimpulan hipotesis diterima jika nilai p yang diharapkan lebih besar daripada 0,05.

Dengan demikian χ^2 tidak dapat dijadikan sebagai satu-satunya ukuran dari kecocokan keseluruhan model. Para peneliti mengembangkan banyak alternatif ukuran dari kecocokan data-model untuk memperbaiki bias karena sampel yang besar dan meningkatnya kompleksitas model.

b. Non-Centrality Parameter (NCP)

NCP merupakan uji kecocokan absolut untuk menghitung perbedaan antara Σ dengan $\Sigma(\theta)$ dengan rumus:

$$NCP = X^2 - df$$

Rumus 2. 2 *Non-Centrality Parameter* (NCP)

dengan df adalah *degree of freedom*.

Semakin besar perbedaan antara Σ dengan $\Sigma(\theta)$ maka semakin besar nilai NCP. Jadi, NCP yang diharapkan adalah nilai yang kecil atau rendah.

c. Scaled NCP (SNCP)

SNCP merupakan pengembangan dari NCP dengan memperhitungkan ukuran sampel seperti di bawah ini

$$SNCP = (X^2 - df)/n$$

Rumus 2. 3 *Sealed NCP* (SNCP)

Dimana n adalah ukuran sampel.

d. Goodness Of Fit Indeks (GFI)

GFI dapat diklasifikasikan sebagai uji kecocokan absolut, karena pada dasarnya GFI membandingkan model yang dihipotesiskan dengan tidak ada model sama sekali ($\Sigma(0)$). Nilai GFI berkisaran antara 0 sampai 1, dengan nilai GFI $\geq 0,9$ merupakan *good fit* (kecocokan yang baik), sedangkan jika $0,8 \leq GFI < 0,9$ disebut *marginal fit*.

e. Root Mean Square Residual (RMSR)

RMSR mewakili nilai rerata residual yang diperoleh dari mencocokkan matrik varian-kovarian dari model yang dihipotesiskan dengan matrik varian-kovarian dari data sampel. *Standardized* RMSR mewakili nilai rerata seluruh

standardized residuals dan mempunyai rentang dari 0 ke 1.

Model yang mempunyai kecocokan baik (*good fit*) akan mempunyai nilai *Standardized RMSR* lebih kecil dari 0,05.

f. Root Mean Square Error Approximation (RMSEA)

RMSEA adalah derajat kecocokan yang mengukur kedekatan suatu model dengan populasinya. RMSEA merupakan alternatif ukuran kesesuaian model yang diperlukan untuk mengurangi kesensitifan χ^2 terhadap ukuran sampel. Nilai $RMSEA \leq 0,05$ menandakan *close fit*, sedangkan $0,05 < RMSEA \leq 0,08$ menunjukkan *good fit*.

g. Expected Cross Validation Indeks (ECVI)

ECVI digunakan untuk perbandingan model dan semakin kecil nilai ECVI sebuah model semakin baik tingkat kecocokannya. Rumus perhitungan ECVI adalah sebagai

berikut

$$ECVI = F + \frac{2q}{n-1}$$

Rumus 2. 4 *Expected Cross Validation* (ECVI)

dimana

n = ukuran sampel

q = jumlah parameter yang diestimasi

(2) Ukuran Kecocokan Incremental

Menurut (Wijanto, 2016), dari berbagai uji kecocokan inkremental uji yang biasanya digunakan untuk mengevaluasi model persamaan struktural adalah:

Adjust Goodness of Fit Index (AGFI).

AGFI adalah perluasan dari GFI yang digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar.

AGFI dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$AGFI = 1 - \frac{df_0}{df_h} (1 - GFI)$$

$$AGFI = 1 - \frac{p}{df_h} (1 - GFI)$$

$$AGFI = 1 - \frac{\frac{nx+ny}{2} (nx+ny+1)}{df_h} (1 - GFI)$$

Rumus 2. 5 Adjust Goodness of Fit Index (AGFI)

dengan:

df_h : derajat bebas untuk model yang dihipotesiskan

df_0 : derajat bebas ketika ada model yang dihipotesiskan = p

p : jumlah varian dan kovarian dari variabel indikator

nx : jumlah variabel indikator X

ny : jumlah variabel indikator Y

Nilai AGFI berkisar antara 0 sampai 1 dan nilai $AGFI \geq 0.90$ menunjukkan *good fit* sedangkan $0.80 \leq AGFI < 0.90$ menunjukkan *marginal fit*.

(3) Ukuran Kecocokan Parsimoni

Model dengan parameter relatif sedikit sering dikenal sebagai model yang mempunyai parsimoni atau kehematan tinggi. Sedangkan model dengan banyak parameter dapat dikatakan model yang kompleks dan kurang parsimoni. Parsimoni dapat didefinisikan sebagai memperoleh derajat kecocokan setinggi-tingginya untuk setiap derajat kebebasan. Dengan demikian parsimoni yang tinggi yang lebih baik (Wijanto, 2016).

Penelitian ini menggunakan indeks kecocokan yaitu *Parsimonious Normed Fit Index* (PNFI). PNFI memperhitungkan banyaknya derajat bebas untuk mencapai suatu tingkat kecocokan. PNFI didefinisikan sebagai berikut:

$$PNFI = \frac{df_h}{df_i} \times NFI$$

Rumus 2. 6 *Parsimonious Normed Fit Index* (PNFI)

dengan:

df_h : Derajat bebas dari model yang dihipotesiskan

df_i : Derajat bebas dari model awal

NFI : Normed Fit Index, $NFI = \frac{(X_i^2 - X_h^2)}{X_i^2}$

Nilai PNFI yang lebih tinggi yang lebih baik. Penggunaan PNFI terutama untuk membandingkan dua atau lebih model yang mempunyai derajat bebas berbeda. PNFI digunakan untuk membandingkan model-model alternatif, dan tidak ada rekomendasi tingkat kecocokan yang diterima. Meskipun demikian ketika membandingkan 2 model, perbedaan nilai PNFI sebesar 0,06 sampai 0,09 menandakan perbedaan model yang cukup besar (Hair, et al., 1998).

II. *Measurement Model Fit*

Menurut (Wijanto, 2016), setelah kecocokan model dan data secara keseluruhan baik, selanjutnya adalah evaluasi atau uji kecocokan model pengukuran. Evaluasi ini akan dilakukan setiap konstruk atau model pengukuran (hubungan antara sebuah variabel laten dengan variabel indikator) secara terpisah melalui:

1. Evaluasi Terhadap Validitas Dari Model Pengukuran

Validitas adalah ukuran sampai sejauh mana suatu indikator secara akurat mengukur apa yang seharusnya diukur. *Relative importance and significant of the factor loading of each item*, menyatakan bahwa muatan faktor standar $\geq 0,5$.

2. Evaluasi Terhadap Reliabilitas Dari Model Pengukuran

Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah variabel. Terdapat dua cara untuk menentukan reliabilitas, yaitu *composit (construct) reability* atau ukuran

reabilitas komposit dan *variance extracted* atau ukuran ekstrak varian.

Reliabilitas komposit suatu konstruk dihitung sebagai berikut:

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

Rumus 2. 7 *Construct Reliability*

dengan:

Standardized loading: besarnya nilai koefisien terhadap variabel laten

$\sum e_j$: *measurement error* untuk setiap variabel indikator

Ekstrak varian mencerminkan jumlah varian keseluruhan dalam indikator-indikator yang dijelaskan oleh variabel laten. Ukuran ekstrak varian dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum \text{standardized loading}^2}{\sum \text{standardized loading}^2 + \sum e_j}$$

Rumus 2. 8 *Variance Extracted*

Nilai Construct Reliability (CR) $\geq 0,70$ dan nilai Variance Extracted (VE) $\geq 0,50$).

III. *Structural Model Fit*

Menurut (Wijanto, 2016), evaluasi atau analisis terhadap model struktural mencakup pemeriksaan koefisien-koefisien yang diestimasi.

1. Signifikan Parameter

Signifikan parameter yang diestimasi memberikan informasi sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel laten. Batas untuk menerima atau menolak suatu hubungan dengan tingkat signifikan 5% adalah 1,96 (mutlak), dimana apabila nilai t terletak antara -1,96 dan 1,96 maka hipotesis harus ditolak sedangkan apabila nilai t lebih besar dari 1,96 dan lebih kecil dari -1,96 harus diterima dengan taraf signifikan 5% yaitu $t > | -1,96 |$.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada persamaan struktural mengindikasikan jumlah varian pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel-variabel eksogen. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin besar variabel-variabel eksogen menjelaskan variabel endogen sehingga semakin baik persamaan struktural.

2.3 SmartPLS

SmartPLS adalah *software* dengan antarmuka pengguna grafis untuk *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varians menggunakan metode Partial Least Square (PLS). *Software* ini dapat digunakan dalam penelitian empiris untuk menganalisis data yang dikumpulkan (contohnya: dari survei) dan menguji hubungan yang dihipotesiskan. Karena diprogram dalam Java, ini dapat dieksekusi

dan dijalankan pada sistem operasi Windows dan macOS (Christian, Sven, & Jan-Michael, 2018).

2.4 LISREL

LISREL merupakan satu-satunya program SEM yang paling banyak digunakan dan dipublikasikan pada berbagai jurnal ilmiah. LISREL banyak digunakan karena LISREL merupakan program SEM yang tercanggih dan dapat mengestimasi berbagai masalah SEM yang mungkin tidak dapat di estimasi oleh program lain. (Ghozali & Fuad, 2014).

2.5 AMOS

AMOS merupakan sebuah *software* bermodul IBM SPSS *Statistics* yang didesign untuk mempermudah penelitian dan teori dengan memperluas metode *standard multivariate analysis*, meliputi *regression*, *confirmatory factor analysis(CFA)*, *structural equation modeling(SEM)*, dan *path analysis*. Dengan SPSS AMOS, *user* dapat membuat *attitudinal* dan *behavioral model* yang merefleksikan hubungan yang kompleks lebih akurat dibandingkan dengan teknik *standard multivariate statistics* (IBM SPSS Amos, 2019).

AMOS memiliki *user interface* yang *user-friendly* yang memungkinkan pengguna baru untuk melakukan pembuatan model dengan *drawing tools* yang sering ditemui online. Contohnya seperti persegi panjang merepresentasikan *observed variables*, sedangkan lingkaran merepresentasikan *latent variables*. Panah satu arah menunjukkan hubungan sebab/akibat yang sudah dihipotesiskan, dan panah dua arah menunjukkan *nondirectional covariances*(Wiley & Sons, 2017).

2.6 Spotify

Spotify beroperasi dibawah model bisnis freemium yang memiliki dua tingkatan layanan streaming musik online yaitu *free* dan *premium*. Perbedaan dari Spotify *premium* dan *free* adalah Spotify *free* bisa tetap mendengarkan musik tetapi akan ada iklan diantara lagu dan beberapa Batasan yang hanya bisa didapat dengan mengakses Spotify *premium*. Spotify *premium* tidak akan mendapatkan iklan dan dapat mengakses fitur-fitur seperti suara *high quality*, mendengarkan musik di *offline mode*, dan dapat mengakses Spotify Connect yang berfungsi untuk mensinkronisasikan sesi penggunaan pada cloud untuk mengontrol Spotify melalui perangkat apa pun.

2.7 Variabel Penelitian

Berikut adalah 5 variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. *Hedonic Value* adalah nilai yang bertujuan untuk memberikan kepuasan diri *user* terhadap penggunaan suatu aplikasi (Chen & Fu, 2018).
2. *Utilitarian Value* adalah kemampuan suatu aplikasi untuk membantu meningkatkan tingkat performa *user* (Hsu & Lin, 2016).
3. *Content Quality* adalah penilaian dari *user* tentang keunggulan konten dari suatu aplikasi (Xu, Qi, & Li, 2018).
4. *System Quality* adalah penilaian dari *user* tentang keunggulan system dari suatu aplikasi (Xu, Qi, & Li, 2018).
5. *Stickiness* adalah kemampuan suatu aplikasi untuk menarik dan mempertahankan *user*nya dan memperpanjang durasi dari setiap pemakaian aplikasi (Hsu & Lin, 2016).

2.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu langkah terpenting dalam suatu penelitian. Teknik ini berfungsi untuk memperoleh data yang akan digunakan pada penelitian untuk memperoleh jawab mengenai masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Kuesioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan maupun pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden. Teknik kuesioner cocok untuk digunakan apabila penelitian jumlah responden cukup besar dan kuesioner tersebar pada wilayah yang luas (Sugiyono, 2014).

Dalam kuesioner, terdapat instrumen yang berfungsi untuk mengumpulkan data. Instrumen berfungsi untuk mengukur nilai dari variabel-variabel yang akan diteliti. Selain itu, untuk memperoleh data yang akurat, setiap instrumen harus memiliki skala pengukuran. Skala tersebut berfungsi untuk memperoleh instrumen dalam bentuk angka agar lebih akurat, efisien, dan komunikatif (Sugiyono, 2014). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *Purposive Sampling* karena responden yang dituju sudah ditentukan dengan kriteria tertentu yaitu pengguna aktif Spotify. Periode pengumpulan data dilakukan sejak 4 April 2019 sampai 25 April 2019 melalui media melalui media WhatsApp dan Line ke pengguna aktif Spotify yang berdomisili di daerah Jabodetabek yang memperoleh jumlah responden sebanyak 205 responden.

Pada penelitian ini, kuesioner yang digunakan akan menggunakan skala Likert. Skala Likert merupakan salah satu skala pengukuran yang berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang atau sekelompok orang

mengenai fenomena social. Skala Likert memiliki banyak jenis, sebagaimana salah satunya yaitu skala Likert 5 poin (Sugiyono, 2014). Kelima poin skala Likert tersebut akan merepresentasikan nilai :

- Sangat tidak setuju yang direpresentasikan dengan nilai 1.
- Tidak setuju yang direpresentasikan dengan nilai 2.
- Netral yang direpresentasikan dengan nilai 3.
- Setuju yang direpresentasikan dengan nilai 4.
- Sangat setuju yang direpresentasikan dengan nilai 5.

2.9 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

1.	Nama Penulis	Mingli Zhang, Lingyun Guo, Mu Hu, Wenhua Liu
	Tahun	2017
	Nama Jurnal	<i>International Journal of Information Management</i> <i>Volume 37, June 2017, Pages 229-240</i>
	Judul	<i>Influence of customer engagement with company social network on stickiness</i>
	Metode	Data yang dikumpulkan dari 260 kuisisioner yang <i>valid</i> dianalisa dengan menggunakan <i>structural equation modelling</i> .

	Hasil	<i>Customer engagement</i> memiliki pengaruh positif dan langsung pada <i>customer stickiness</i> tetapi tidak berpengaruh langsung kepada <i>customer value creation</i> .
2.	Nama Penulis	Feng Xu, Yong Qi, Xiaotong Li
	Tahun	2018
	Nama Jurnal	<i>Electronic Commerce Research and Applications</i> <i>Volume 29, May – June 2018, Pages124-132</i>
	Judul	<i>What affects the user stickiness of the mainstream media websites in China?</i>
	Metode	Data dikumpulkan dengan metode <i>Two step</i> survey, jumlah data yang dikumpulkan sebanyak 153 dan dianalisa dengan menggunakan <i>Structural Equation Modelling</i> dengan Amos21.0
	Hasil	<i>Visit length, Content Quality, dan Awareness Participation</i> berdampak besar terhadap <i>User Stickiness</i>
3.	Nama Penulis	Chin-Lung Hsu, Judy Chuan-Chuan Lin
	Tahun	2016
	Nama Jurnal	<i>Technological Forecasting and Social Change</i> <i>Volume 108, July 2016, Pages 42-53</i>
	Judul	<i>Effects of perceived value and social influences on mobile app stickiness and in-app purchase intention</i>
	Metode	Evaluasi <i>ABC model</i> dengan menggunakan survei data 485 user dan dianalisa dengan <i>Structural Equation Modelling</i>

	Hasil	<i>Stickiness</i> dan <i>Social Identification</i> memiliki pengaruh besar terhadap <i>user</i> untuk melakukan <i>in-app purchase</i> .
4.	Nama Penulis	Vincent Valiant Coa, Johan Setiawan
	Tahun	2017
	Nama Jurnal	<i>International Journal of New Media Technology</i> <i>Volume 4, December 2017</i>
	Judul	Analyzing Factors Influencing Behavior Intention to Use Snapchat and Instagram Stories Analisis SEM <i>Intention to Use</i> Snapchat dan Instagram
	Metode	Stories dengan basis model <i>Technology Acceptance Method (TAM)</i> <i>Perceived Enjoyment</i> adalah faktor yang paling
	Hasil	berpengaruh terhadap penggunaan SnapChat sedangkan pada Instagram Stories lebih dipengaruhi faktor <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> .

Berdasarkan tabel 2.1, terdapat persamaan atas jurnal-jurnal diatas dengan topik yang dibahas pada pembahasan ini, yakni berfokus terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *stickiness*, menggunakan metode pengumpulan data dengan kuesioner, dan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* (Xu, Qi, & Li, 2018) (Hsu & Lin, 2016) (Zhang, Guo, & Liu, 2017).

Selanjutnya, terdapat pula beberapa perbedaan dari tiga jurnal diatas, Variabel-variable yang digunakan pada tiap jurnal berbeda-beda kecuali variabel

stickiness sebagaimana variabel tersebut ditemukan di jurnal-jurnal tersebut. Jumlah data yang digunakan pada tiap jurnal berbeda-beda sebagaimana jurnal pertama menggunakan 685 data (Zhang, Guo, & Liu, 2017), jurnal kedua menggunakan 153 data (Xu, Qi, & Li, 2018), jurnal ketiga menggunakan 485 data (Hsu & Lin, 2016); Software yang digunakan untuk mengolah pada jurnal pertama adalah LISREL 8.70, sedangkan jurnal kedua dan ketiga menggunakan Amos 21.0 untuk pengolahan data (Xu, Qi, & Li, 2018) (Hsu & Lin, 2016).

Setelah meneliti persamaan dan perbedaan pada tiap-tiap jurnal, pembahasan ini diputuskan untuk mengadopsi research model pada jurnal kedua (Xu, Qi, & Li, 2018). Adopsi dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel *hedonic value*, *utilitarian value*, *content quality* dan *system quality* terhadap variabel *stickiness* pada responden baru yaitu *user* Spotify di wilayah Jabodetabek

