



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 Gambaran Umum Objek Penelitian



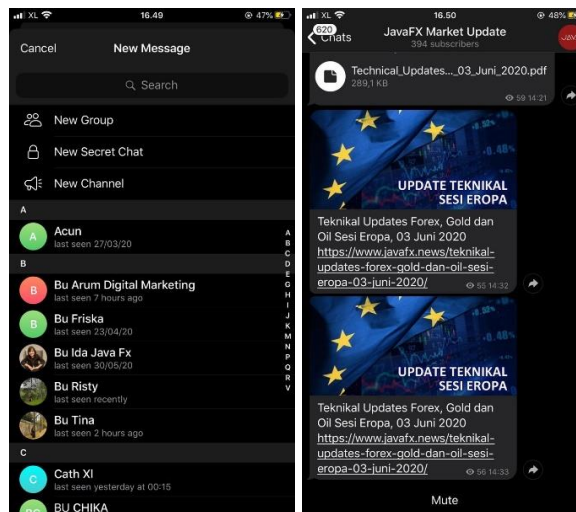
**Gambar 3.1 Logo Telegram**

Aplikasi Telegram merupakan layanan pengirim pesan instan *multiplatform* gratis berbasis *cloud* yang diprakasai oleh dua orang bersaudara asal Russia Nikolai Durov dan Pavel Durov pada tahun 2013. Aplikasi Telegram sendiri dikatakan hampir mirip dengan WhatsApp dikarenakan tampilan dan juga teknologi yang digunakan oleh dua aplikasi tersebut hampir sama (Winarso, 2016). Selain itu aplikasi Telegram memiliki kelebihan, karna berbasis *cloud* aplikasi Telegram dapat digunakan diperangkat berbeda secara bersamaan dan juga menurut banyak pengguna telegram merasa pengiriman pesan via Telegram dirasakan lebih cepat dibanding para pesaingnya, hal ini dikarenakan teknologi *cloud* yang digunakan oleh aplikasi Telegram (Romdlon, 2016). Aplikasi Telegram juga selain berfokus pada kecepatan

Telegram sendiri memiliki fokus terkait dengan keamanan dari pengguna karna setiap konten yang dikirim oleh pengguna akan dienkripsi agar keamanan serta privasi dari pengguna lebih terjaga.

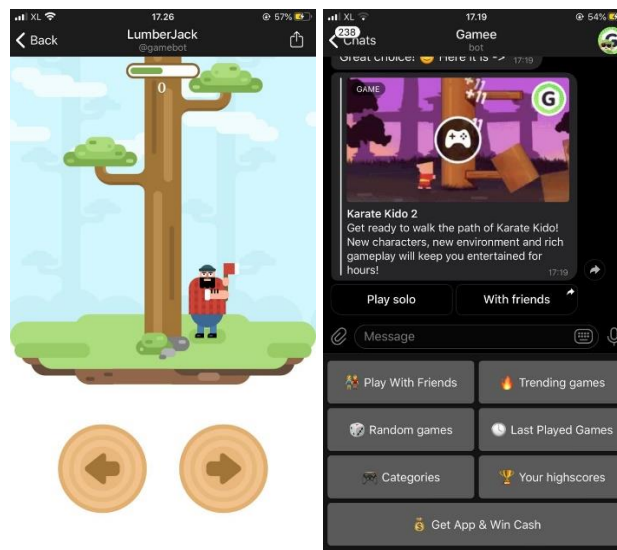
Selain kelebihan diatas aplikasi Telegram juga memiliki beberapa fitur yang memiliki keunggulan. Dalam segi berbagi file, aplikasi Telegram dapat mengirim file dengan ukuran hingga 1,5 GB (Widowati, 2019). Dari segi *groupchat* aplikasi Telegram dapat menampung lebih banyak anggota hingga 200.000 anggota (Widowati, 2019).

Aplikasi Telegram sendiri memiliki beberapa fitur unik, salah satunya adalah fitur *channels* dimana pengguna telegram dapat terhubung dengan informasi yang diinginkan tanpa mengharuskan pengguna untuk bergabung di dalam grup (Widowati, 2019).



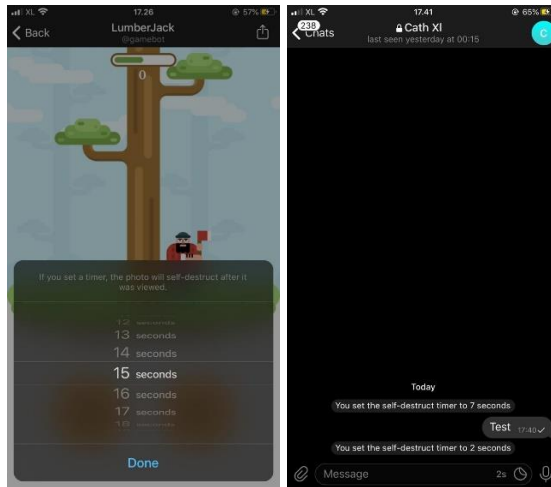
**Gambar 3.2** Fitur Channels Aplikasi Telegram

Aplikasi Telegram juga memiliki fitur unik lainnya, yaitu *bots* yakni merupakan program berbasis kecerdasan buatan serta *machine learning* yang bisa digunakan untuk melakukan berbagai tugas diantara lain seperti mencari gambar, mencari sticker, hingga bermain game (Dikdok, 2016).



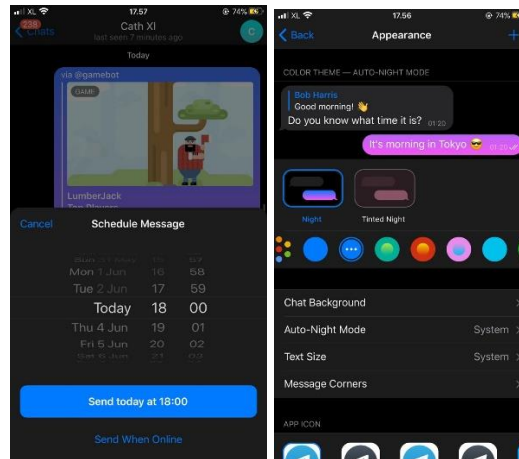
**Gambar 3.3 Fitur Bots Game Pada Aplikasi Telegram**

Selain fitur diatas aplikasi Telegram juga memiliki beberapa fitur lainnya untuk meningkatkan keamanan pengguna dalam hal berbagi pesan diantaranya, adanya fitur *Secret Chat* dimana fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan tanpa dapat diakses oleh siapa pun, dan hanya dapat diakses oleh pengirim dan penerima di perangkat yang digunakan, serta adanya fitur *self-destruct time* dimana pengguna dapat mengatur waktu tertentu agar pesan yang dikirim dapat terhapus atau hilang setelah waktu yang ditentukan sehingga lebih aman dari penyadapan (Widowati, 2019).



**Gambar 3.4 Fitur *Self-Destruct time* Aplikasi Telegram**

Pada awal tahun 2020 aplikasi Telegram melakukan beberapa inovasi agar dapat menangkap pasar yang lebih seperti dilansir dari CNBC Indonesia aplikasi Telegram melakukan update besar-besaran dan juga menambah beberapa fitur unggulannya pada *update* versi 5.13 salah satu fitur andalannya adalah *Theme Editor 2.0* dimana jika sebelumnya aplikasi Telegram hanya dapat mengubah skema warna dan latar belakang, kali ini pengguna dapat memilih warna khusus yang dibuat dengan alat pemilih warna, selain itu pada *updatenya* aplikasi Telegram juga memberikan fitur *send when online* dimana pengirim pesan pada aplikasi Telegram dapat diatur sehingga pesan akan otomatis terkirim ketika pengguna yang dituju sedang *online* atau aktif.

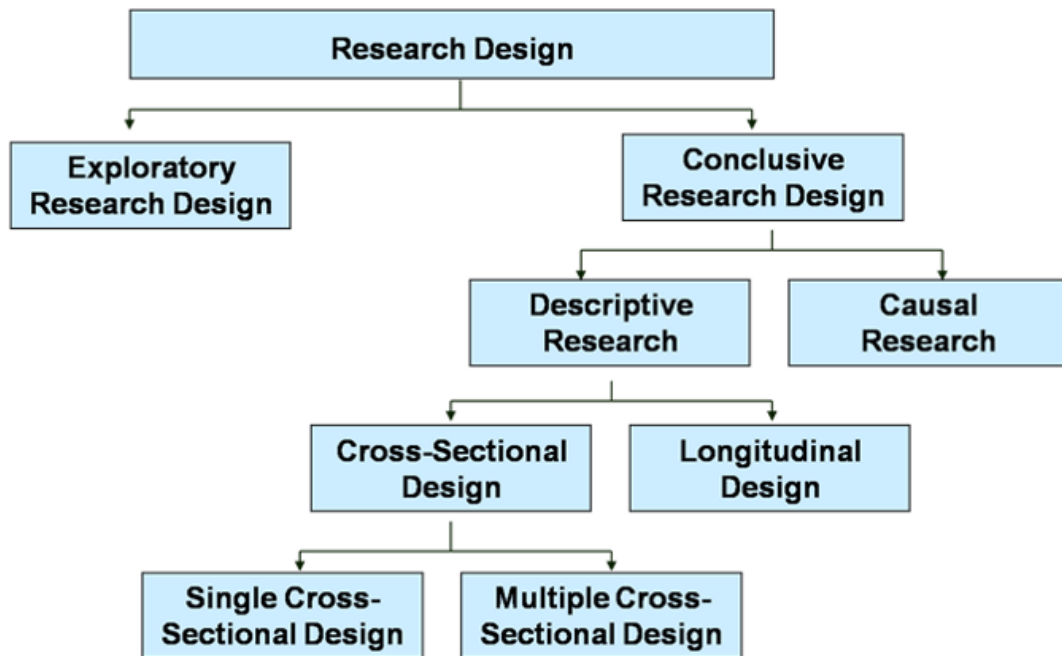


**Gambar 3.5** Fitur *Theme Editor 2.0* dan Fitur *Send When Online* Pada Aplikasi **Telegram**

### 3.2 Desain Penelitian

Merupakan kerangka atau sebuah acuan yang berfungsi untuk melakukan riset pemasaran yang menjelaskan bagaimana prosedur dan tahap-tahap yang harus dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk membangun, menyusun, ataupun menyelesaikan masalah penelitian pemasaran (Malhotra, 2010).

Malhotra (2010) berpendapat bahwa terdapat 2 jenis desain penelitian yang dapat digunakan dalam melakukan penelitian, yaitu *Exploratory Research Design* dan *Conclusive Research Design*.



Sumber: Malhotra (2010)

**Gambar 3.6 Klasifikasi Desain Penelitian**

1. *Exploratory Research Design*

Menurut Malhotra (2010) *Exploratory Research Design* merupakan metode peneltiain yang sering digunakan dalam kasus penelitian ketika peneliti harus mendefinisikan suatu masalah yang lebih tepat, mengidentifikasi tindakan yang relevan, atau mendapatkan wawasan tambahan guna menghadapi sebuah permasalahan. Penelitian ini juga bersifat lebih fleksibel dan tidak terstruktur. Malhotra (2010) menilai bahwa jenis penelitian ini merupakan jenis

penelitian dengan metode *qualitative* dan terdiri dari 2 komponen yaitu, langsung (*direct*) atau tidak langsung (*indirect*).

## 2. *Conclusive Research Design*

Menurut Malhotra (2010) *Conclusive Research Design* merupakan desain penelitian yang berguna untuk membantu peneliti mengambil keputusan dalam mengevaluasi serta menentukan tindakan terbaik yang harus dilakukan dalam situasi tertentu. Penelitian ini juga bersifat lebih formal serta terstruktur. Malhotra (2010) berpendapat bahwa jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan metode *quantitative* dan bertujuan untuk menguji hipotesis dan pengaruhnya.

Berdasarkan dua jenis desain penelitian diatas, maka dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan metode penelitian *conclusive research design* karna sesuai dengan tujuan peneliti untuk menguji hubungan antar variabel yang digunakan serta melakukan uji hipotesis, sehingga penelitian ini dapat berguna untuk membantu aplikasi Telegram dalam pengambilan keputusan atas hasil penelitian.

*Conclusive Research Design* juga terbagi menjadi dua jenis yaitu,:

### 1. *Descriptive Research Design*

Menurut Malhotra (2010) *Descriptive Research Design* merupakan penelitian yang berguna untuk mendeskripsikan suatu karakteristik serta kondisi pasar



saat ini. *Descriptive Research Design* dalam pengumpulan datanya biasa menggunakan metode survei atau observasi.

## 2. *Casual Research Design*

Menurut Malhotra (2010) *Casual Research Design* adalah jenis penelitian konklusif, yang digunakan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab dan akibat antar *variabel*. Dalam metode pengumpulan datanya *Casual Research Design* dapat menggunakan eksperimen.

Berdasarkan penjelasan diatas dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan jenis riset *Descriptive Research Design*, dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan sesuatu yang idealnya sesuai dengan karakteristik yang ada di sekitar, serta peneliti juga melakukan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuisisioner atau survei kepada para responden.

Malhotra (2010) mengemukakan bahwa *Descriptive Research Design* terbagi menjadi dua yaitu, *cross-sectional design* dan *longitudinal design*.

### 1. *Cross-Sectional Design*

Menurut Malhotra (2010) *Cross-Sectional Design* merupakan desain penelitian yang melibatkan pengumpulan data atau informasi satu kali dari setiap sampel elemen populasi tertentu.

### 2. *Longitudinal Design*

Menurut Malhotra (2010) *Longitudinal Design* merupakan desain penelitian yang melibatkan sampel tetap dari elemen populasi untuk diukur secara berulang kali.

*Cross-Sectional Design* juga terdiri dari dua teknik yaitu, *single-cross-sectional design* dan *multiple cross-sectional design*

1. *Single Cross-Sectional Design*

Merupakan teknik dimana pengambilan data hanya dilakukan sekali.

2. *Multiple Cross-Sectional Design*

Merupakan teknik dimana pengambilan data dilakukan dalam beberapa kali.

Sehingga berdasarkan penjelasan diatas maka dalam penelitian ini akan menggunakan teknik *Single Cross-Sectional Design*, karna dalam penelitian ini peneliti hanya akan melakukan satu kali pengambilan data dalam satu kelompok yang populasinya telah ditentukan.

Dalam penelitian ini secara umum peneliti akan meneliti tentang pengaruh variabel *Symbolic Phyciality*, *Inherent Sociability*, *Perceived Curiosity*, dan *Perceived Enjoyment* terhadap tingkat *Stickiness* pengguna aplikasi Telegram.

### **3.3 Prosedur Penelitian**

Berikut merupakan prosedur penelitian yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini:

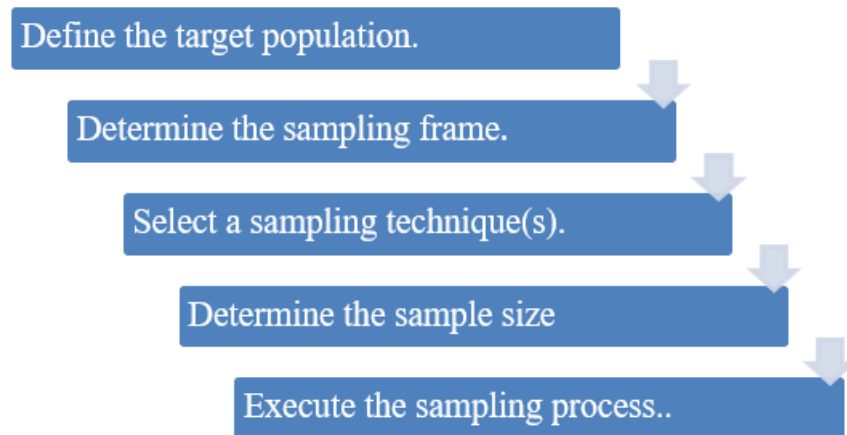
1. Menentukan dan mengidentifikasi fenomena serta masalah yang ada saat ini.

2. Menentukan topik, judul, dan objek yang akan diteliti.
3. Mengumpulkan literatur serta jurnal-jurnal pendukung yang akan menunjang penelitian peneliti. Lalu melakukan modifikasi terhadap model penelitian dan menyusun kerangka penelitian.
4. Menyusun *draft* kuisisioner dengan menggunakan acuan dari jurnal utama dan disesuaikan dengan bahasa yang tepat agar responden dapat lebih mudah memahami pertanyaan sehingga peneliti mendapatkan hasil yang relevan dengan tujuan penelitian.
5. Membagikan kuisisioner yang telah peneliti buat kepada responden secara *online* dengan menggunakan *media sosial* seperti Instagram, Line, WhatsApp yang dimiliki peneliti dan dibantu oleh teman-teman dan kerabat peneliti untuk menyebarkan kuisisioner tersebut kepada orang-orang yang mereka kenal.
6. Selanjutnya terlebih dahulu melakukan *pre-test* dengan menyebarkan kuisisioner atau survei kepada minimal 30 responden, lalu kemudian melakukan pengumpulan kuisisioner dalam jumlah yang lebih besar.
7. Hasil dari data *pre-test* ini kemudian akan dianalisis menggunakan *software SPSS version 25*. Jika hasil *pre-test* telah memenuhi syarat, maka akan dilanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu pengambilan data besar yang sudah ditentukan  $n \times 5$  observasi sampai dengan  $n \times 10$  (Hair *et al* , 2010). Namun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data  $n \times 7$ . Terdapat 16 indikator atau *measurement* dalam penelitian ini, sehingga dalam penelitian ini peneliti membutuhkan minimal 112 responden.

8. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian akan dioleh kembali menggunakan *software* Lisrel 8.8.

### 3.4 Ruang Lingkup Penelitian

Menurut Malhotra (2010) terdapat 5 tahapan dalam melakukan sebuah penelitian. Berikut merupakan 5 tahapan tersebut yaitu,



Sumber: Malhotra (2010)

**Gambar 3.7 *Sampling Design Process***

#### 3.4.1 *Target Population*

Menurut Malhotra (2010) dalam melakukan *sampling process* diawali dengan penentuan target populasi terlebih dahulu yang nantinya akan dijadikan sebagai responden di dalam penelitian, target populasi sendiri merupakan pengumpulan data yang memiliki informasi yang dicari oleh penuulis dan memiliki kesimpulan untuk membantu peneliti menentukan apa saja yang harus dilakukan. Menurut Malholtra

(2010) target populasi dibagi menjadi 4 aspek yaitu, *element*, *sampling unit*, *extent*, dan *time*.

Menurut Malhotra (2010) *elemet* merupakan objek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan sesuai dengan kebutuhan dari peneliti. Dalam penelitian ini *element* merupakan responden yang telah memberikan informasi serta sesuai dengan kriteria responden yang dicari oleh peneliti.

Menurut Malhotra (2010) *sampling unit* diartikan sebagai unit dasar yang berisi unsur-unsur populasi yang akhirnya akan menjadi *sample* dari penelitian. Dalam penelitian ini *sampling unit* yang digunakan adalah laki-laki atau perempuan yang berumur 17 tahun hingga umur 39 tahun, mengetahui dan pernah menggunakan aplikasi Telegram, dan sudah tidak lagi menggunakan aplikasi Telegram.

Malhotra (2010) berpendapat bahwa *extent* mengacu pada batas wilayah geografis dari penelitian. Sehingga dalam penelitian ini *extent* berada di wilayah Jabodetabek. Batasan ini dipilih peneliti agar membatasi cakupan penelitian agar tidak terlalu luas.

Malhotra (2010) mengartikan *time* sebagai jangka waktu yang dibutuhkan peneliti dari mengumpulkan hingga mengolah data. Dalam penelitian ini terhitung sejak pertengahan bulan Februari 2020 hingga pertengahan Juni 2020.

### **3.4.2 Sampling Frame**

Menurut Malhotra (2010) *sampling frame* merupakan representasi unsur-unsur dari target populasi yang telah ditentukan. *Sampling frame* berisikan daftar atau serangkaian arahan untuk mengidentifikasi target populasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling*, hal ini dikarenakan peneliti tidak memiliki data mengenai seluruh anggota populasi yang akan dijadikan responden oleh peneliti.

### **3.4.3 Sampling Techniques**

Menurut Malhotra (2010) *sampling techniques* terbagi menjadi dua teknik, yaitu:

1. *Probability sampling*

Merupakan sebuah prosedur pengambilan data dimana setiap elemen dari populasi memiliki kemungkinan peluang tetap untuk dapat terpilih menjadi *sample*.

2. *Non-probability sampling*

Merupakan sebuah prosedur pengambilan data dimana setiap elemen dari populasi tidak memiliki kemungkinan yang sama untuk terpilih menjadi *sample* penelitian.

Malhotra (2010) menjelaskan bahwa terdapat 4 teknik *non-probability sampling* yang dapat digunakan, yaitu:

1. *Convenience sampling*

Merupakan teknik pengambilan sampel *non-probability* dimana dalam pengambilan *sample* bergantung pada kenyamanan peneliti. Pemilihan responden dilakukan pada saat itu dan di tempat itu juga tanpa adanya syarat tertentu.

2. *Judgemental sampling*

Merupakan teknik pengambilan sampel *non-probability* yang merupakan salah satu bentuk dari *convenience sampling* dimana pemilihan dari elemen populasi yang dipilih berdasarkan penilaian dan pertimbangan pribadi peneliti.

3. *Quota sampling*

Merupakan teknik pengambilan sampel *non-probability* yang terdiri dari dua tahap, yaitu tahap pertama terdiri dari pengembangan kategori terkontrol atau kuota dari elemen populasi yang akan diteliti. Sedangkan tahap kedua yaitu *elemen* yang telah dipilih tadi kembali dipilih berdasarkan teknik *convenience* ataupun *judgemental*.

4. *Snowball sampling*

Merupakan teknik pengambilan sampel *non-probability* dimana kelompok responden awal responden awal yang dipilih oleh peneliti secara acak, kemudian responden selanjutnya akan dipilih berdasarkan rujukan atau referensi yang diberikan oleh responden awal. Proses ini akan terus berlanjut hingga menciptakan efek *snowball*.

Berdasarkan keempat macam teknik *non-probability sampling* yang telah dijelaskan di atas, maka dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik *non-probability sampling judgemental sampling*. Hal ini dipilih peneliti dikarenakan dalam proses penyebaran kuisioner peneliti menggunakan beberapa pertanyaan *screening* terlebih dahulu, sehingga hanya responden yang memenuhi syarat yang akan digunakan oleh peneliti untuk pengolahan data. Adapun syarat-syarat atau kriteria yang diberikan peneliti dalam penelitian ini antara lain, responden merupakan laki-laki atau perempuan yang berusia 17 – 39 tahun, berdomisili di Jabodetabek, mengetahui dan pernah menggunakan aplikasi Telegram, serta sudah tidak lagi menggunakan aplikasi Telegram.

#### **3.4.4 Sample Size**

Dalam penelitian ini penentuan *sample size* menggunakan teori yang dikemukakan oleh Hair *et al* (2010) dimana penentuan banyaknya sampel disesuaikan dengan banyaknya jumlah indikator dari pertanyaan kuisioner penelitian, dengan mengasumsikan  $n \times 5$  observasi sampai dengan  $n \times 10$  observasi. Menurut Hair *et al* (2010) terdapat beberapa landasan untuk menentukan *sample size* dari sebuah penelitian, antara lain:

1. Sampel harus lebih banyak dari jumlah variabel.
2. Jumlah minimum sampel untuk diobservasi atau diteliti adalah  $n=50$  observasi.



3. Jumlah minimal sampel untuk sebuah variabel adalah 5 observasi. Dalam penelitian ini terdapat 16 indikator x 7 observasi = 112 responden.

### **3.4.5 Sampling Process**

#### **3.4.5.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data**

Malhotra (2010) mengemukakan bahwa terdapat dua jenis data yang dapat digunakan oleh peneliti untuk melakukan sebuah penelitian, yaitu:

- a. *Primary data*

Merupakan data atau informasi yang berasal dari penelitian tertentu dan memiliki tujuan yaitu untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian tertentu.

- b. *Secondary data*

Merupakan data atau informasi yang dikumpulkan dari berbagai studi kasus yang bertujuan untuk mendukung penelitian dan biasanya data atau informasi ini bukan untuk menyelesaikan masalah penelitian.

Dalam penelitian ini sumber utama data yang digunakan adalah *primary data* yang diperoleh oleh peneliti melalui hasil kuisioner yang disebar oleh peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling*. Dalam pengumpulan data peneliti terlebih dahulu melakukan *pre-test*, yang dimana bertujuan untuk mengetahui dan juga melihat apakah setiap *measurement* pada kuisioner yang telah dibuat oleh peneliti bersifat *valid* dan juga *reliable*, setelah melakukan *pre-test* terhadap minimal 30 *sample* yang telah sesuai dengan kriteria yang peneliti inginkan sudah *valid* dan *reliable* barulah peneliti menyebarkan kuisioner besar secara *online*. Selain menggunakan

*primary data* peneliti juga menggunakan *secondary data* yang diambil dari berbagai buku, jurnal, serta artikel-artikel terkait untuk memperkuat teori dalam penelitian serta mendukung penyelesaian skripsi ini.

#### **3.4.5.2 Prosedur Pengumpulan Data**

Pada teknik pengumpulan *primary data*, peneliti melakukan secara *online*, hal ini dikarenakan kondisi yang kurang kondusif karna adanya pandemi dan kebijakan yang mengharuskan kita untuk tetap di rumah. Dalam metode *online*, peneliti mengirimkan *link* kuisisioner yang telah dibuat oleh peneliti pada *Google Form*, lalu *link* tersebut disebar melalui *personal chat*, *group chat*, *multi chat* (WhatsApp, Line) , serta media sosial seperti Instagram dan juga Facebook.

### **3.5 Periode Penelitian**

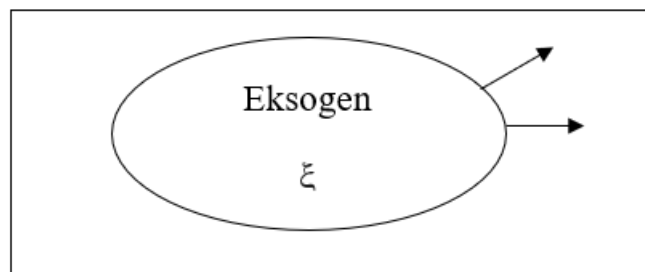
Penelitian dimulai dari bulan Februari 2020 hingga Juni 2020, sehingga penelitian ini dilakukan kurang lebih sekitar 5 bulan. Penelitian ini dimulai dari menentukan objek penelitian melalui presentasi mengenai objek penelitian kemudian dilanjutkan dengan membuat latar belakang serta rumusan masalah, yang selanjutnya akan dikaitkan dengan penelitian terdahulu serta teori-teori bersangkutan yang bersumber dari jurnal-jurnal yang ditemukan oleh peneliti. Setelah itu peneliti melakukan perancangan *draft* kuisisioner penelitian untuk melakukan uji *pre-test* terlebih dahulu, lalu mengumpulkan data-data pendukung penelitian, serta menghitung apakah semua *measurement* yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini sudah *valid* dan juga *reliable*, kemudian peneliti melakukan penyebaran kuisisioner dan

mengumpulkan data dari minimal 112 responden. Sehingga seluruh data yang telah peneliti peroleh kemudian akan diolah datanya serta menganalisa hasil dari penelitian dan membuat kesimpulan serta saran penelitian.

### 3.6 Identifikasi Variasi Penelitian

#### 3.6.1 Variabel Eksogen

Hair *et al* (2010) mengemukakan bahwa Variabel Eksogen merupakan variabel yang muncul sebagai variabel bebas pada semua persamaan yang terdapat didalam suatu model. Variabel Eksogen sendiri memiliki sifat laten, dalam model penelitian variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel lainnya namun tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya. Notasi matematik dari variabel ini adalah “ksi” yang disimbolkan sebagai  $\xi$ . Dalam penelitian ini, yang termasuk kedalam variabel eksogen adalah *Symbolic Physicality* dan *Inherent Sociability*.

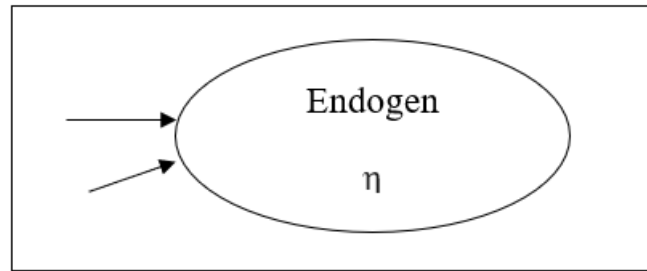


**Gambar 3.8 Variabel Eksogen**

#### 3.6.2 Variabel Endogen

Hair *et al* (2010) mengatakan bahwa dasarnya Variabel Endogen merupakan variabel terikat pada paling sedikit satu persamaan dalam model, variabel ini juga sama

seperti eksogen yaitu bersifat laten. Notasi matematik dari variabel ini adalah “eta” yang disimbolkan sebagai  $\eta$ . Dalam penelitian ini, yang termasuk kedalam variabel endogen adalah *Perceived Curiosity* dan *Perceived Enjoyment*.



**Gambar 3.9 Variabel Endogen**

### 3.6.3 Variabel Teramati

Malhotra (2010) menjelaskan bahwa variabel teramati atau bisa disebut *observed variabel* merupakan variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris, serta dapat disebut juga sebagai indikator. Dalam penelitian ini peneliti kerjakan ini penelitian menggunakan metode survei dengan membagikan kuisisioner yang mewakili variabel teramati atau indikator (*measurement*). Simbol diagram dari variabel teramati adalah berbentuk bujur sangkar atau kotak atau persegi panjang. Dalam penelitian ini terdapat 16 pertanyaan atau indikator pada kuisisioner. Dengan begitu variabel teramati pada penelitian ini berjumlah 16 indikator.

### 3.7 Operasionalisasi Variabel

Guna mengukur suatu variabel dalam sebuah penelitian secara akurat sebuah penelitian haruslah menggunakan indikator yang sesuai untuk mengukurnya. Dalam

hal ini indikator atau measurement digunakan untuk menghindari kesalahan dalam menjelaskan setiap variabel yang ada dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini pun definisi operasional disusun berdasarkan teori-teori yang mendasari untuk setiap variabel sehingga indikator yang ada cocok didalam penelitian ini. Skala pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan *likert scale* 5 (lima) poin yang mana seluruh variabel diukur dengan skala 1-5, dengan skala 1 untuk sangat tidak setuju hingga 5 untuk sangat setuju dengan indikator atau *measurement* yang ada. Berikut di bawah ini merupakan tabel operasional daripada penelitian ini. Malhotra (2010) menganggap bahwa *likert scale* memiliki keuntungan yaitu mudah untuk dibangun, dilaksanakan, serta dimengerti. Walaupun begitu *likert scale* sendiri akan memakan waktu lebih banyak dalam pengisian kuisioner.

**Tabel 3.1 Tabel Operasional Penelitian**

| No | Variabel                | Definisi Operasional  | Kode | Measurement  | Jurnal Ref                 | Metode Skala   |
|----|-------------------------|---|------|--|----------------------------|----------------|
| 1  | Symbolic<br>Physicality | Sejauh mana sebuah aplikasi dapat dimasukkan elemen dunia nyata dan mampu mereproduksi tindakan atau aktivitas fisik (Wu <i>et al.</i> , 2010). | SP1  | Aplikasi Telegram memberikan pengalaman melakukan aktivitas seperti kehidupan nyata. | (Wu, Wang, & Chang (2011)) | 5 Likert Scale |
|    |                         |   | SP2  | Fitur-fitur yang ada di aplikasi Telegram terinsiprasi dari kehidupan sehari-hari.   | (Wu, Wang, & Chang (2011)) | 5 Likert Scale |
|    |                         |   | SP3  | Perilaku pengguna aplikasi Telegram sama   | (Wu, Wang, & Chang (2011)) | 5 Likert Scale |

| No | Variabel             | Definisi Operasional   | Kode       | Measurement   | Jurnal Ref                 | Metode Skala   |
|----|----------------------|--|------------|---|----------------------------|----------------|
|    |                      |  |            | seperti kehidupan sehari-hari.  |                            |                |
| 2  | Inherent Sociability | Sejauh mana sebuah aplikasi <i>social network site based entertainment application (SNSEA)</i> dapat memfasilitasi interaksi dan komunikasi antar pengguna, meningkatkan konteks sosial bagi pengguna, dan memfasilitasi |            |   |                            |                |
|    |                      |  | <b>IS1</b> | Pengguna aplikasi Telegram dapat memperoleh informasi pemain lain di aplikasi Telegram. | (Wu, Wang, & Chang (2011)) | 5 Likert Scale |
|    |                      |  | <b>IS2</b> | Saya merasa dapat tetap terhubung dengan orang lain saat bermain                        | (Wu, Wang, & Chang (2011)) | 5 Likert Scale |

| No | Variabel               | Definisi Operasional  | Kode       | Measurement  | Jurnal Ref                         | Metode Skala      |
|----|------------------------|---|------------|--|------------------------------------|-------------------|
|    |                        | interaksi sosial<br>(Wu <i>et al.</i> , 2010).  |            | aplikasi<br>Telegram.  |                                    |                   |
|    |                        |   | <b>IS3</b> | Bermain<br>aplikasi<br>Telegram<br>membuat saya<br>merasa ramah<br>kepada orang<br>lain. | (Wu,<br>Wang, &<br>Chang<br>(2011) | 5 Likert<br>Scale |
| 3  | Perceived<br>Curiosity | Keinginan untuk<br>memperoleh<br>pengetahuan baru<br>dan pengalaman<br>sensorik baru yang<br>memotivasi<br>perilaku<br>eksplorasi.<br>(Litman & | <b>PC1</b> | Bermain<br>aplikasi<br>Telegram<br>membuat saya<br>berpikir.                             | (Wu,<br>Wang, &<br>Chang<br>(2011) | 5 Likert<br>Scale |
|    |                        |   | <b>PC2</b> | Saya<br>mengganggap<br>bermain<br>aplikasi<br>Telegram                                   | (Wu,<br>Wang, &<br>Chang<br>(2011) | 5 Likert<br>Scale |



| No | Variabel            | Definisi Operasional       | Kode       | Measurement  | Jurnal Ref                | Metode Skala   |
|----|---------------------|----------------------------|------------|--|---------------------------|----------------|
|    |                     | D.Spielberger, 2003)       |            | adalah pengalaman belajar.   |                           |                |
|    |                     |                            | <b>PC3</b> | Bermain aplikasi Telegram adalah metode yang baik untuk mempelajari apa yang baru. | (Wu, Wang, & Chang (2011) | 5 Likert Scale |
|    |                     |                            | <b>PC4</b> | Saya bisa belajar dari bermain aplikasi Telegram.                                  | (Wu, Wang, & Chang (2011) | 5 Likert Scale |
| 4  | Perceived Enjoyment | Sejauh mana pengguna suatu | <b>PE1</b> | Bermain aplikasi   | (Wu, Wang, &              | 5 Likert Scale |

| No | Variabel   | Definisi Operasional  | Kode  | Measurement  | Jurnal Ref                | Metode Skala   |
|----|------------|---|---|--|---------------------------|----------------|
|    |            | aplikasi dapat dianggap menyenangkan dan terlepas dari semua konsekuensi yang dapat dibayangkan (Agrebi & Jallais, 2015). |   | Telegram menyenangkan.   | Chang (2011)              |                |
|    | <b>PE2</b> |   | Sangat menarik bagi saya untuk bermain aplikasi Telegram. | (Wu, Wang, & Chang (2011)  | 5 Likert Scale            |                |
|    | <b>PE3</b> |   | Saya merasa enjoy menggunakan aplikasi Telegram.          | (Wu, Wang, & Chang (2011)  | 5 Likert Scale            |                |
| 5  | Stickiness | Mengacu pada tingkat kesediaan pengguna untuk kembali dan juga memperpanjang durasi mereka                                | <b>SS1</b>  | Saya akan menggunakan aplikasi Telegram setiap kali saya mengunjungi | (Wu, Wang, & Chang (2011) | 5 Likert Scale |

| No | Variabel | Definisi Operasional   | Kode       | Measurement   | Jurnal Ref                 | Metode Skala   |
|----|----------|--|------------|---|----------------------------|----------------|
|    |          | masing-masing untuk tetap tinggal di <i>social network sites (SNS)</i> (Lin, Tseng, Chung, Lou, & Chen, 2013). |            | situs jejaring sosial.                                    |                            |                |
|    |          |  | <b>SS2</b> | Saya akan lebih lama menggunakan aplikasi Telegram.       | (Wu, Wang, & Chang (2011)) | 5 Likert Scale |
|    |          |  | <b>SS3</b> | Saya akan menggunakan aplikasi Telegram sesering mungkin. | (Wu, Wang, & Chang (2011)) | 5 Likert Scale |

Sumber: Penulis, 2020

## **3.8 Teknik Analisis**

### **3.8.1 Uji Instrumen**

Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner secara *online*, sehingga kuisioner dijadikan sebagai alat ukur utama dalam penelitian ini serta merupakan faktor keberhasilan utama dalam penelitian ini. Sehingga maka dari itu diperlukan sebuah alat ukur yang dapat mengukur secara akurat, dapat diandalkan, serta konsisten. Sehingga berdasarkan hal itulah dalam penelitian ini diperlukan uji validitas serta uji reliabilitas terhadap setiap *measurement* atau indikator dalam kuisioner penelitian.

#### **3.8.1.1 Uji Pre Test**

Menurut Malhotra (2010) mengatakan bahwa *pretesting* merupakan sebuah pengujian yang dilakukan terhadap kuisioner untuk mengidentifikasi dan juga menghilangkan potensi masalah yang akan terjadi. Pengujian kuisioner ini dilakukan dengan melibatkan sampel responden yang kecil dan biasanya ukuran sampel dalam melakukan *pretest* bervariasi mulai dari 15 sampai dengan 30 orang responden. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan 30 responden untuk diuji dengan cara menyebarkan kuisioner secara *online* dimana data hasil kuisioner ini akan diolah menggunakan *software* SPSS versi 25. Setelah data yang sesuai dengan kriteria peneliti sudah tercapai maka tahapan selanjutnya adalah mengolah data tersebut menggunakan *software* SPSS versi 25 untuk menguji apakah data tersebut valid dan juga *reliable* sehingga data dapat diandalkan dan konsisten.

### 3.8.1.2 Uji Validitas

Menurut Malhotra (2010) menyatakan bahwa *construct validity* merupakan tipe validitas yang membahas mengenai pertanyaan dengan menggunakan skala ukuran. Sehingga pada penelitian ini, metode pengukuran validitas yang digunakan oleh peneliti adalah *constuct validity*. Malhotra (2010) juga menilai bahwa penting untuk mengetahui valid tidaknya suatu indikator sehingga haruslah dilakukan uji validitas dalam suatu penelitian. Suatu indikator akan dianggap valid jika pertanyaan atau *measurement* pada kuisioner dapat mengungkapkan suatu data atau informasi. Sehingga semakin tinggi validitas menunjukkan semakin validnya indikator didalam sebuah penelitian. Sehingga validitas mengukur pernyataan dalam kuisioner yang sudah dibuat apakah sudah benar dapat mengukur apa yang hendak diukur. Dalam penelitian ini, Uji validitas dilakukan menggunakan uji *factor analysis*. Berikut merupakan syarat-syarat dalam melakukan uji *factor analysis* yang terdapat pada tabel 3.2 dibawah.

**Tabel 3.2 Uji Validitas**

| No | Ukuran Validitas  | Nilai Diisyaratkan  |
|----|---|---|
| 1  | <p><b><i>Kaiser Meyer-Olkin (KMO)</i></b><br/><b><i>Measure of Sampling Adequacy</i></b></p> <p>Adalah sebuah indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan model analisis.</p>   | <p>Nilai KMO <math>\geq 0.5</math></p> <p>Mengidentifikasi bahwa analisis faktor telah memadai dalam hal jumlah sampel, Sedangkan nilai KMO <math>&lt; 0.5</math></p> <p>Mengidentifikasi bahwa analisis faktor tidak memadai dalam hal jumlah sampel (Malhotra, 2010).</p> |
| 2  | <p><b><i>Barlett's Test of Sphericity</i></b></p> <p>Adalah uji statistik yang digunakan guna menguji hipotesis bahwa variabel-variabel tidak berkorelasi pada populasi. Sehingga dengan kata lain mengidentifikasikan bahwa matriks identitas, yang mengidentifikasikan bahwa variabel-variabel dalam faktor bersifat <i>related</i> (<math>r=1</math>) atau <i>unrelated</i> (<math>r=0</math>)</p> | <p>Jika hasil menunjukkan <math>\leq 0.05</math> maka menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel dan merupakan nilai yang diharapkan (Malhotra, 2010).</p>  |

| No | Ukuran Validitas  | Nilai Diisyaratkan  |
|----|---|---|
| 3  | <b><i>Anti Image Matrices</i></b><br>Digunakan untuk memprediksi apakah suatu variabel memiliki kesalahan terhadap variabel lain. | Memperlihatkan nilai <i>Measure of Sampling Adequacy</i> (MSA) pada diagonal <i>anti image correlation</i> . Nilai MSA berkisar antara 0 sampai dengan 1 dengan kriteria sebagai berikut:                                   |
|    |   | Nilai MSA = 1, menunjukkan bahwa variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.  |
|    |   | Nilai MSA $\geq 0.5$ , menunjukkan bahwa variabel masih dapat diprediksi dan dapat dianalisis lebih lanjut.   |
|    |   | Nilai MSA $\leq 0.5$ , menunjukkan bahwa variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut, dan perlu pengulangan perhitungan analisis faktor dengan mengeluarkan indikator yang memiliki nilai MSA $\leq 0.5$ (Malhotra, 2010). |
| 4  | <b><i>Factor loading of Component Matrix</i></b>  | Suatu indikator dapat dikatakan valid membentuk suatu faktor, jika memiliki   |

| No | Ukuran Validitas   | Nilai Diisyaratkan                                       |
|----|--|--|
|    | Menunjukkan besarnya korelasi suatu indikator dengan faktor yang terbentuk. Dengan tujuannya untuk menentukan validitas setiap indikator dalam mengkonstruk setiap variabel. | nilai <i>factor loading</i> diatas 0.5 (Malhotra, 2010). |

Sumber : Malhotra (2010)

### 3.8.1.3 Uji Reliabilitas

Malhotra (2010) menyatakan bahwa penelitian dapat diketahui tingkat keandalannya melalui sebuah uji reliabilitas. Suatu tingkat keandalan dapat dilihat dari konsistensi dan stabilitas jawaban responden terhadap suatu pernyataan dalam kuisioner. Malhotra (2010) menjelaskan bahwa *cronbach's alpha* merupakan ukuran dalam mengukur korelasi antar jawaban pernyataan dari suatu konstruk atau variabel yang dinilai *reliable* jika *cronbach's alpha* memiliki nilai  $\geq 0.6$ .

### 3.8.2 Structural Equation Model (SEM)

Dalam penelitian ini, data akan dianalisis menggunakan metode *structural equation model (SEM)*. *Structural Equation Model (SEM)* merupakan sebuah prosedur untuk memperkirakan hubungan ketergantungan yang digambarkan melalui beberapa pengukuran variabel ke dalam suatu model penelitian yang terintegrasi (Malhotra,



2010). Sedangkan menurut Hair *et al.*, (2010), SEM merupakan sebuah teknik statistic multivariate yang menjelaskan mengenai hubungan antara beberapa variabel. SEM meneliti struktur hubungan timbal balik yang dinyatakan dalam serangkaian persamaan regresi berganda, persamaan ini mendeskripsikan semua hubungan variabel dependen dan independent (Hair *et al.*, 2010). Dari segi metodologi, SEM memiliki beberapa peran, yakni sebagai sistem persamaan simultan, analisis kausal linier, analisis lintasan (*path analysis*), *analysis of covariance structure*, dan model persamaan structural (Hair *et al.*, 2010).

Analisa hasil penelitian menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). *Software* yang digunakan adalah *Lisrel* versi 8.8 untuk melakukan uji validitas, realibilitas, hingga uji hipotesis penelitian.

Hair *et al.*, (2010) berpendapat bahwa struktural model (*structural model*), disebut juga *latent variable relationship*. Berikut merupakan persamaan umumnya dibawah ini:

$$\begin{aligned} \eta &= \gamma \zeta + \zeta \\ \eta &= B\eta + \Gamma\zeta + \zeta \end{aligned}$$

*Confirmatory factor analysis* (CFA) sebagai model pengukuran (*measurement model*) terdiri dari dua jenis pengukuran, yaitu:

- a. Model pengukuran untuk variabel eksogen (variabel bebas).

Persamaan umumnya adalah:

$$X = \Lambda_x \xi + \zeta$$

Persamaan diatas digunakan dengan asumsi bahwa:

1.  $\zeta$  tidak berkorelasi dengan  $\xi$ .
2.  $\varepsilon$  tidak berkorelasi dengan  $\eta$ .
3.  $\delta$  tidak berkorelasi dengan  $\xi$ .
4.  $\zeta$ ,  $\varepsilon$ , dan  $\delta$  tidak saling berkorelasi (*mutually correlated*).
5.  $\gamma - \beta$  bersifat non singular.

Dimana notasi-notasi diatas memiliki arti sebagai berikut:

$y$  = vektor variabel endogen yang dapat diamati.

$x$  = vektor variabel eksogen yang dapat diamati.

$\eta$  (eta) = vektor random dari variabel laten endogen.

$\zeta$  (ksi) = vektor random dari variabel laten eksogen.

$\varepsilon$  (epsilon) = vektor kekeliruan pengukuran dalam  $y$ .

$\delta$  (delta) = vektor kekeliruan pengukuran dalam  $x$ .

$\lambda_y$  (lambda y) = matrik koefisien regresi  $y$  atas  $\eta$ .

$\lambda_x$  (lambda x) = matrik koefisien regresi y atas  $\zeta$ .

$\gamma$  (gamma) = matrik koefisien variabel  $\zeta$  dalam persamaan struktural.

$\beta$  (beta) = matrik koefisien variabel  $\eta$  dalam persamaan struktural.

$\zeta$  (zeta) = vektor kekeliruan persamaan dalam hubungan struktural antara  $\eta$  dan  $\zeta$ .

Evaluasi atau analisis terhadap model struktural mencakup pemeriksaan terhadap signifikansi koefisien yang diestimasi. Menurut Hair *et al.*, (2010), terdapat tujuh tahapan prosedur pembentukan dan analisis SEM, yaitu:

1. Membentuk model teori sebagai dasar model SEM yang memiliki justifikasi yang kuat. Merupakan suatu model kausal atau sebab akibat yang menyatakan hubungan antar dimensi atau variabel.
2. Membangun *path diagram* dari hubungan kausal yang dibentuk berdasarkan dasar teori. *Path diagram* tersebut memudahkan peneliti melihat hubungan-hubungan kausalitas yang diujinya.
3. Membagi *path diagram* tersebut menjadi satu set model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*struktural model*).
4. Pemilihan matrik data input dan mengestimasi model yang diajukan. Perbedaan SEM dengan teknik multivariat lainnya adalah dalam input data yang akan digunakan dalam pemodelan dan estimasinya. SEM hanya menggunakan

matrik varian/kovarian atau matrik korelasi sebagai data input untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan.

5. Menentukan *the identification of the structural model*. Langkah ini untuk menentukan model yang dispesifikasi, bukan model yang *underidentified* atau *unidentified*. Problem identifikasi dapat muncul melalui gejala-gejala berikut:
  - a. *Standard Error* untuk salah satu atau beberapa koefisien adalah sangat besar.
  - b. Program ini mampu menghasilkan matrik informasi yang seharusnya disajikan.
  - c. Muncul angka-angka yang aneh seperti adanya *error varian* yang negatif.
  - d. Muncul korelasi yang sangat tinggi antar korelasi estimasi yang didapat (misalnya lebih dari 0.9).
6. Mengevaluasi kriteria dari *goodness of fit* atau uji kecocokan. Pada tahap ini kesesuaian model dievaluasi melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness of fit* sebagai berikut:
  - a. Ukuran sampel minimal 100-150 dan dengan perbandingan 5 observasi untuk setiap parameter *estimate*.
  - b. Normalitas dan linearitas.
  - c. *Outliners*.
  - d. *Multicollinierity* dan *singularity*.
7. Menginterpretasikan hasil yang didapat dan mengubah model jika diperlukan.

### 3.8.2.1 Model Pengukuran

Jika model pengukuran telah ditentukan dengan baik, maka sebuah model SEM bertujuan untuk mengukur hubungan antara variabel dan juga hipotesa yang diukur dari beberapa tolak ukur. Hasil dari pengukuran tersebut nantinya akan digunakan oleh peneliti untuk membandingkan teori yang sudah ada dan teruji dengan realitas atau keadaan sesungguhnya yang diwakili oleh data *sample*. Dengan kata lain, melihat kecocokan antara teori dengan data sesungguhnya (Hair *et al.*, 2010).

#### 3.8.2.1.1 Evaluasi terhadap Validitas (*Validity*) dari model pengukuran

Hair *et al.* (2010) menilai bahwa *construct validity* diartikan sebagai suatu item tolak ukur yang menggambarkan *theoretical latent construct* dari item yang dirancang guna mengukur setiap variabel yang ada. Suatu variabel dapat dikatakan *valid* terhadap variabel *latent* jika memenuhi syarat seperti dibawah ini (Hair *et al.*, 2010).

- a. Nilai *t-value* pada *factor loading* lebih besar dari nilai kritis ( $t\text{-value} \geq 1.65$ ).
- b. *Standardized factor loading* atau muatan standar faktor  $\geq 0.5$ .

#### 3.8.2.1.2 Evaluasi terhadap Reliabilitas (*Reliability*) dari model pengukuran

Hair *et al.* (2010) menilai bahwa *construct reliability* biasanya dipakai bersamaan dengan model SEM. *Construct reliability* merupakan sebuah sistem untuk mengolah *factor loading* dari setiap konstruksi dan menyimpulkan *error variance*

dalam sebuah konstruksi. Suatu variabel dinilai mempunyai reabilitas yang baik jika memenuhi syarat seperti dibawah ini (Hair *et al.*, 2010). Dan dilengkapi dengan pandangan oleh Malhotra (2010) mengenai *average extracted* (AVE) yang merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai validitas konvergen dan diskrimian yang didefinisikan sebagai varians dalam indikator atau variabel yang diamati yang dijelaskan oleh konstruksi laten.

- a. Nilai *construct reliability* (CR)  $\geq 0.7$
- b. Nilai *variance extracted* (AVE)  $\geq 0.5$

Selain itu, Hair *et al.* (2010) juga berpendapat bahwa untuk mengukur *construct reliability* dapat digunakan rumus dibawah ini.

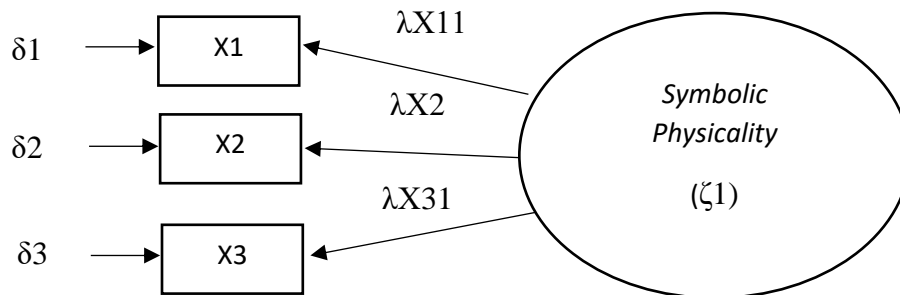
$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std.loading})^2}{(\sum \text{std.loading})^2 + \sum e}$$

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

Terdapat lima model pengukuran dalam penelitian ini berdasarkan variabel yang diukur, antara lain:

### 1. *Symbolic Physicality*

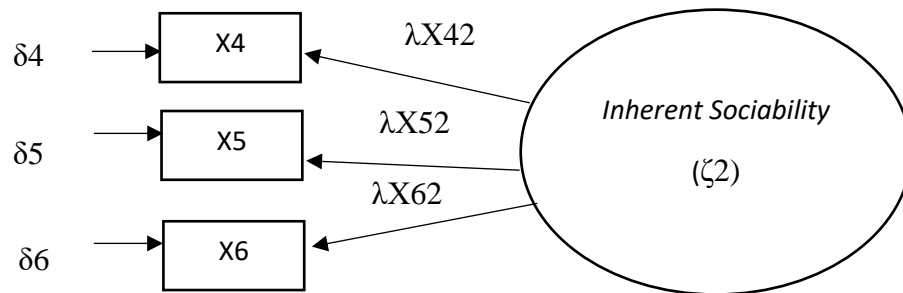
Pada Penelitian ini, model terdiri dari tiga pernyataan yang mewakili satu variabel latent yaitu *Symbolic Physicality*. Variabel laten  $\zeta_1$  mewakili *symbolic physicality* dan memiliki tiga indikator pertanyaan. Maka dari itu, model pengukuran *Symbolic Physicality* seperti pada gambar 3.10:



**Gambar 3.10 Model Pengukuran *Symbolic Physicality***

### 2. *Inherent Sociability*

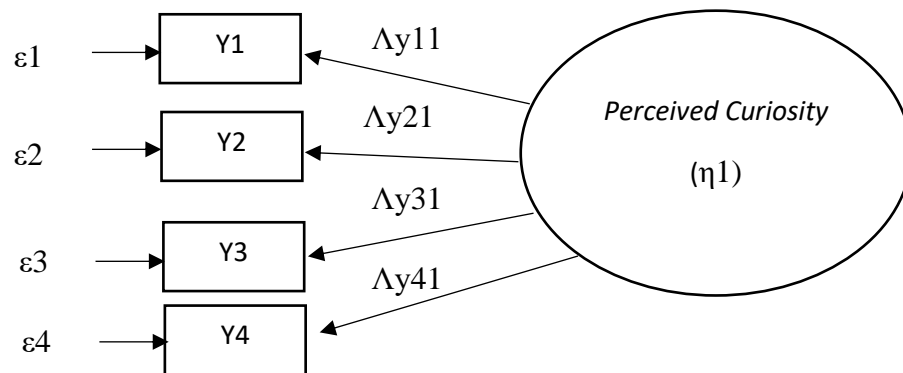
Pada Penelitian ini, model terdiri dari tiga pernyataan yang mewakili satu variabel latent yaitu *Inherent Sociability*. Variabel laten  $\zeta_2$  mewakili *inherent sociability* dan memiliki tiga indikator pertanyaan. Maka dari itu, model pengukuran *Inherent Sociability* seperti pada gambar 3.11:



**Gambar 3.11 Model Pengukuran *Inherent Sociability***

### 3. *Perceived Curiosity*

Pada Penelitian ini, model terdiri dari empat pernyataan yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Curiosity*. Variabel laten  $\eta_1$  mewakili *perceived curiosity* dan memiliki empat indikator pertanyaan. Maka dari itu, model pengukuran *Perceived Curiosity* seperti pada gambar 3.12:



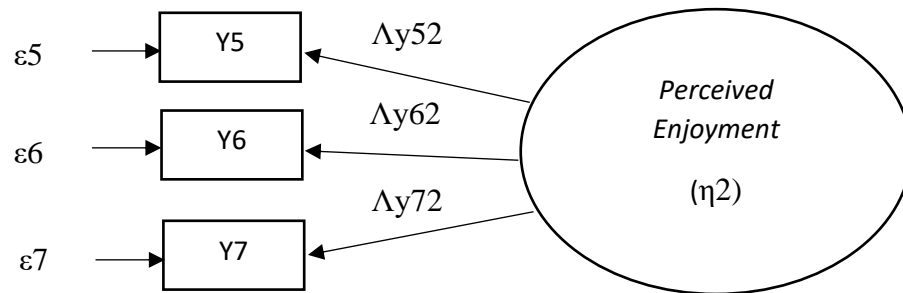
**Gambar 3.12 Model Pengukuran *Perceived Curiosity***

### 4. *Perceived Enjoyment*

Pada Penelitian ini, model terdiri dari tiga pernyataan yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Enjoyment*. Variabel laten  $\eta_2$  mewakili *perceived*



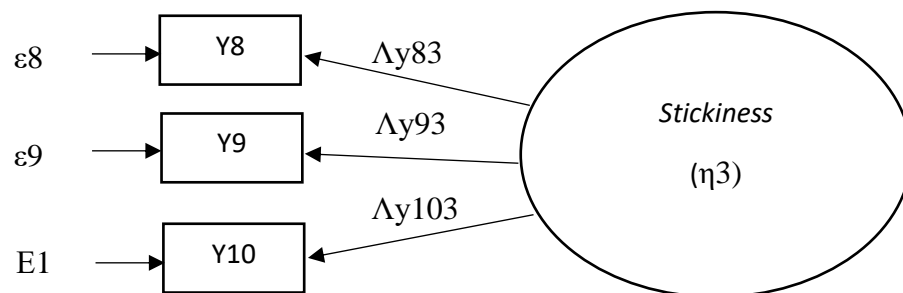
*enjoyment* dan memiliki tiga indikator pertanyaan. Maka dari itu, model pengukuran *Perceived Enjoyment* seperti pada gambar 3.13:



**Gambar 3.13 Model Pengukuran *Perceived Enjoyment***

### 5. *Stickiness*

Pada Penelitian ini, model terdiri dari tiga pernyataan yang mewakili satu variabel laten yaitu *Stickiness*. Variabel laten  $\eta_3$  mewakili *Stickiness* dan memiliki tiga indikator pertanyaan. Maka dari itu, model pengukuran *Stickiness* seperti pada gambar 3.14:



**Gambar 3.14 Model Pengukuran *Stickiness***

### 3.8.2.2 Uji Kecocokan Keseluruhan Model

Hair *et al.*, (2010) menilai bahwa *Goodness of fit (GOF)* dapat mengukur seberapa baiknya model mengolah matriks kovarian melalui *item* yang beradap pada indikator. (Hair *et al.*, 2010) membagi GOF menjadi tiga bagian yaitu *absolte fit measures*, *incremental fit measure*, dan *parsimonious fit measures*. *Absolute fit measure* yang nantinya digunakan untuk mengukur secara langsung seberapa baik model yang hendak digunakan oleh peneliti guna menghasilkan data penelitian. *Incremental fit measure* berfungsi untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang disebut dengan *null model* atau *independence model*. *Parsimonious fit measure* dipakai guna mengukur tingkat kesederhanaan model. Hal-hal yang perlu diperhatikan selama penelitian dalam uji kecocokan dan pemeriksaan kecocokan, secara rinci akan diperlihatkan pada ringkasan tabel 3.3 dibawah.

**Tabel 3.3 Goodness of Fits**

| FIT INDICES                    |                                   | CUTOFF VALUES FOR GOF INDICES  |  |                                      |  |                                      |                                      |
|--------------------------------|-----------------------------------|--|--|--------------------------------------|--|--------------------------------------|--------------------------------------|
|                                |                                   | N < 250  |  |                                      | N > 250  |                                      |                                      |
|                                |                                   | m ≤ 12   | 12 < m < 30                                    | M ≥ 30                               | m < 12   | 12 < m < 30                          | M ≥ 30                               |
| <b>Absolute Fit Indices</b>    |                                   |  |  |                                      |  |                                      |                                      |
| 1                              | Chi-Square ( $\chi^2$ )           | <i>Insignificant p-values expected</i>                                       | <i>Significant p-values even with good fit</i> | <i>Significant p-values expected</i> | <i>Insignificant p-values even with good fit</i> | <i>Significant p-values expected</i> | <i>Significant p-values expected</i> |
| 2                              | GFI                               | GFI > 0.90   |  |                                      |  |                                      |                                      |
| 3                              | RMSEA A                           | RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.97   | RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.95                   | RMSEA < 0.08 with CFI > 0.92         | RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.97                     | RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.92         | RMSEA < 0.07 with RMSEA ≥ 0.90       |
| 4                              | SRMR                              | <i>Biased upward, use other indices</i>                                      | SRMR ≤ 0.08 (with CFI ≥ 0.95)                  | SRMR < 0.09 (with CFI > 0.92)        | <i>Biased upward, use other indices</i>          | SRMR ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)        | SRMR ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)        |
| 5                              | Normed Chi-Square ( $\chi^2/DF$ ) | $(\chi^2/DF) < 3$ is very good or $2 \leq (\chi^2/DF) \leq 5$ is acceptable  |  |                                      |  |                                      |                                      |
| <b>Incremental Fit Indices</b> |                                   |  |  |                                      |  |                                      |                                      |
| 1                              | NFI                               | $0 \leq NFI \leq 1$ , model with perfect fit would produce an NFI of 1       |  |                                      |  |                                      |                                      |
| 2                              | TLI                               | TLI ≥ 0.97   | TLI ≥ 0.95                                     | TLI > 0.92                           | TLI ≥ 0.95                                       | TLI > 0.92                           | TLI > 0.90                           |
| 3                              | CFI                               | CFI ≥ 0.97   | CFI ≥ 0.95                                     | CFI > 0.92                           | CFI ≥ 0.95                                       | CFI > 0.92                           | CFI > 0.90                           |
| 4                              | RNI                               | <i>May not diagnose misspecification well</i>                                | RNI ≥ 0.95                                     | RNI > 0.92                           | RNI ≥ 0.95, not used with N > 1,000              | RNI > 0.92, not used with N > 1,000  | RNI > 0.90, not used with N > 1,000  |
| <b>Parsimony Fit Indices</b>   |                                   |  |  |                                      |  |                                      |                                      |
| 1                              | AGFI                              | No statistical test is associated with AGFI, only guidelines to fit          |  |                                      |  |                                      |                                      |
| 2                              | PNFI                              | $0 \leq NFI \leq 1$ , relatively high values represent relatively better fit |  |                                      |  |                                      |                                      |

*Note: m=number of observed variables; N applies to number of observations per group when applying CFA to multiple group at the same time.*

Sumber: Hair et al. (2010)

### 3.8.2.3 Model Struktural

#### 3.8.2.3.1 Analisis Hubungan Kausal

Uji hipotesis merupakan sebuah prosedur berdasarkan bukti sampel dan teori probabilitas untuk menentukan apakah hipotesis tersebut adalah pernyataan yang masuk akal (Lind *et al.*, 2012). Menurut Lind *et al.*, (2012) uji hipotesis terdiri dari 5 tahapan:

1. Hipotesis Nol ( $H_0$ ) dan Hipotesis Alternatif ( $H_1$ ) (*State Null and Alternative Hypothesis*)

Langkah pertama dimulai dengan menyatakan hipotesis nol atau  $H_0$ , yang mana “H” adalah singkatan dari hipotesis dan angka 0 yang memiliki arti “no difference”. *Null Hypothesis* atau bisa disebut  $H_0$  adalah sebuah pernyataan mengenai nilai parameter dari sekelompok populasi yang nantinya akan dikembangkan untuk tujuan pengujian.  $H_0$  akan ditolak jika data dari sampel dapat memberikan bukti yang menyakinkan bahwa itu salah. Sedangkan pernyataan hipotesis alternatif (*alternative hypothesis*) atau bisa disebut  $H_1$ , akan diterima jika data dari sampel mempunyai bukti yang cukup bahwa hipotesis nol atau  $H_0$  itu salah.

2. Pilih Tingkat Signifikansi (*Select a Level of Significance*)

Setelah membuat hipotesis nol dan hipotesis *alternative*, selanjutnya penelitian akan memilih tingkat signifikansi. *Level of Significance* ( $\alpha$ ) yang merupakan

probabilitas guna menolak hipotesis nol jika benar. Pada *level of significance*( $\alpha$ ) terdapat 2 jenis error, yaitu:

a. Type I error ( $\alpha$ )

Tipe error pertama ini terjadi ketika hasil sampel menolak  $H_0$ . Tipe error ini juga dikenal dengan sebutan *level of significant*( $\alpha$ ). Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan tingkat toleransi diangka 0.05.

b. Type II error ( $\beta$ )

Tipe error kedua ini terjadi ketika hasil sampel tidak menunjukkan adanya penolakan terhadap  $H_0$ .

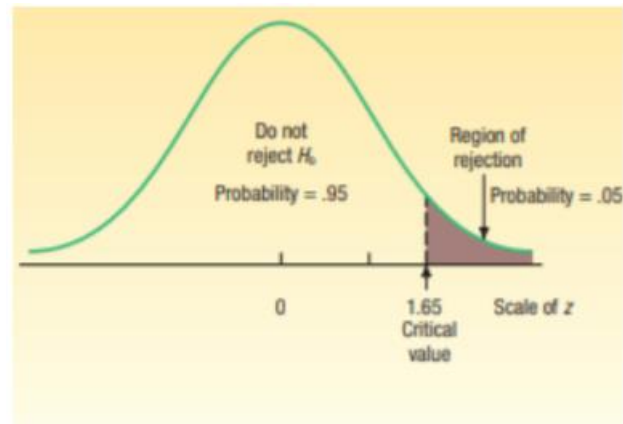
3. Pilih Statistik Uji (*Select The Test Statistic*)

Tes statistik adalah suatu nilai yang ditentukan dari informasi sampel dan berfungsi untuk menentukan apakah hipotesis nol akan ditolak atau tidak. Untuk mengetahui *t-value* akan diterima atau ditolak adalah berdasarkan hasil dari perhitungan, apabila hasil dari perhitungan *t-value* lebih besar sama dengan nilai *critical* maka  $H_0$  akan ditolak. Menurut Lind et al. (2012), penelitian yang memiliki hubungan dengan *consumer research*, akan menggunakan tingkat toleransi( $\alpha$ ) sebesar 0.05. oleh karena itu, peneliti menggunakan tabel t distribusi *one tail* dan melihat hasil *degree of freedom* dari hasil perhitungan *output* Lisrel, maka ditemukan hasil angka 1.65.

4. Merumuskan Aturan Keputusan (*Formulate The Decision Rule*)

*Decision rule* atau aturan keputusan merupakan sesuatu pernyataan dari suatu kondisi khusus dimana  $H_0$  ditolak. Daerah atau area penolakan mendefinisikan

semua lokasi yang memiliki nilainya sangat besar atau sangat kecil sehingga probabilitas yang muncul dibawah akan  $H_0$ . Dalam penelitian ini, penelitian akan menggunakan tingkat kepercayaan 95%.



Sumber: Lind *et al.*, 2012

**Gambar 3.15 One Tail Test**

5. Membuat keputusan (*Make Decision*)

Tahap terakhir dari pengujian hipotesis yang dilakukan adalah menghitung uji statistik. Dalam tahapan ini peneliti akan membandingkannya hasil uji dengan nilai kritis, lalu peneliti akan membuat keputusan terhadap setiap variabel. Apakah akan menolak atau tidak menolak  $H_0$ . Guna membuat keputusan terhadap setiap variabel penelitian ini, peneliti akan membandingkan nilai *t-value* hasil *output software* LISREL versi 8.8 dengan nilai kritis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, 1.65.