

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bigo gaming adalah salah satu platform layanan *streaming* yang ada di Indonesia. Bigo gaming sendiri sebelumnya berdiri dengan nama Cube.Tv yang dibangun pada Februari 2018 oleh *Bigo Technology Pte. Ltd* di Singapura. Dengan perkembangan yang pesat di negara asalnya (Singapura), *Bigo Technology* memutuskan untuk mulai masuk dan berinvestasi di Indonesia pada Mei 2018, mengingat pertumbuhan *esport* di Indonesia mulai bertumbuh dan belum banyak layanan *streaming* sejenis yang ada di Indonesia (Liputan6, 2018).

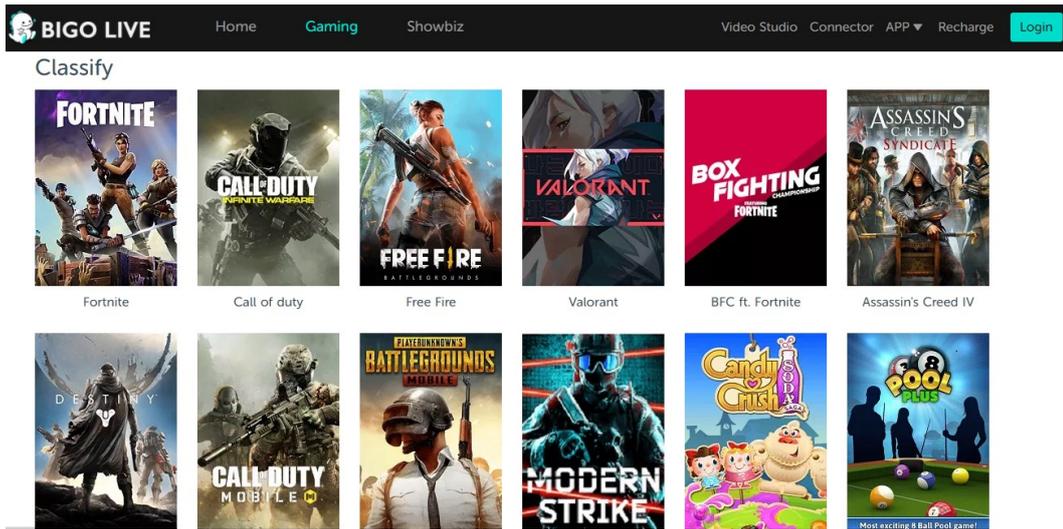
Cube.Tv bergerak cepat dengan menggaet beberapa tim *esport* besar yang ada di Indonesia untuk menjadi *partner* dalam aktivitas *streaming* tim-tim tersebut. Akan tetapi pada akhir 2018 terjadi kisruh antara tim *esport* yang menjadi *partner streaming* Cube.Tv dengan manajemen Cube.Tv, yang mengakibatkan banyak tim *esport* yang disudahi kontraknya oleh pihak Cube.Tv (kincir, 2018). Sejak saat itu pengguna Cube.Tv mulai berkurang sehingga pada akhir 2019 *Bigo Technology* selaku *developer* dari Cube.Tv menghentikan layanan *streaming* khusus *game* ini (Cube.Tv) dan memasukkan segmen *game* ke layanan utamanya yakni, Bigo live.



**Gambar 3.1 Logo Bigo Gaming**

*Sumber : Bigo.sg*

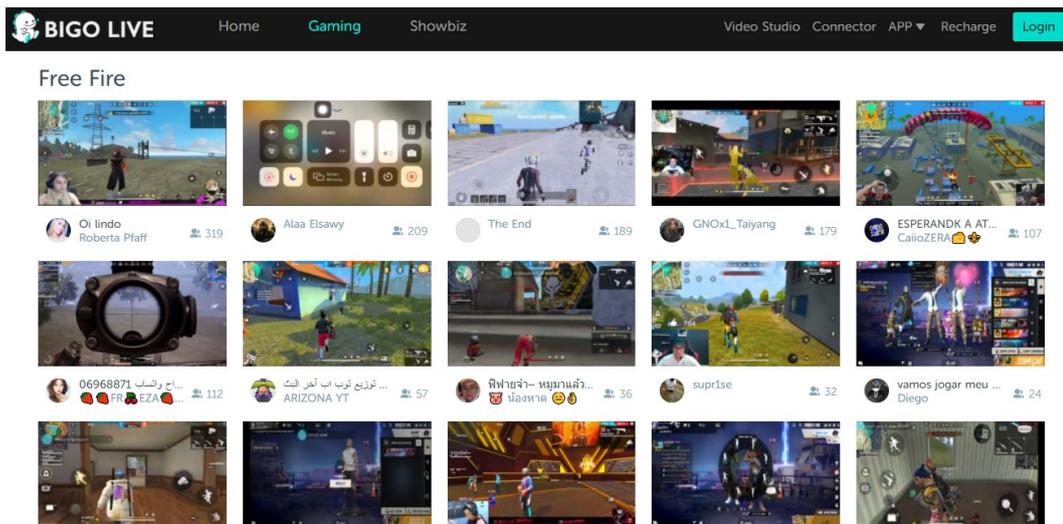
Bigo gaming dapat diakses melalui aplikasi *smartphone* dengan nama aplikasi Bigo live yang dapat diunduh melalui *playstore* di android, ataupun melalui *appstore* pada *iPhone*. Bigo gaming juga dapat diakses melalui *desktop* komputer dengan alamat web [bigo.tv/games](http://bigo.tv/games). Dengan layanan *streaming* yang memiliki konten khusus *game*, Bigo gaming melakukan klasifikasi *game* yang sedang di *stream* berdasarkan judul *game* itu sendiri. Bigo gaming memiliki beraneka macam judul *game* yang *distream* setiap hari oleh *streamer*, mulai dari *game* komputer hingga *game handphone*. Sehingga pengguna dapat memilih ingin menyaksikan *game* yang dimainkan menggunakan komputer ataupun *handphone* dengan bebas dan nyaman.



**Gambar 3.2 Klasifikasi Variasi *Game* pada Bigo Gaming**

*Sumber : Bigo.tv*

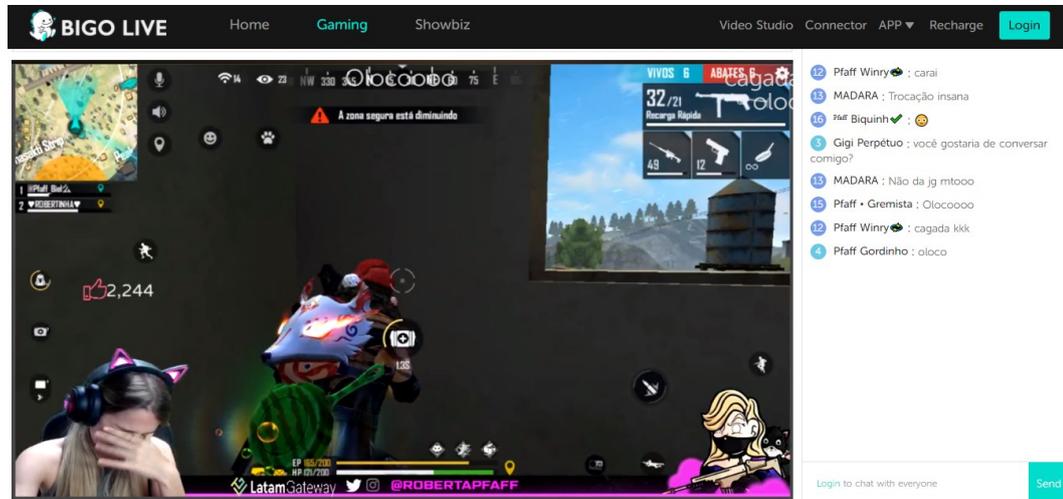
Selain itu, di dalam setiap pilihan judul *game* yang tersedia, memiliki banyak *streamer* dengan kepribadian, kemampuan, dan persona yang beragam, agar pengguna bebas untuk memilih *streamer* yang ingin ditonton sesuai dengan kriteria dan tujuan yang diinginkan.



**Gambar 3.3 Salah Satu Judul *Game* (*Free Fire*) di Bigo Gaming dengan Banyak Pilihan *Streamer***

*Sumber : Bigo.tv/games/free-fire*

Pengguna dapat melakukan pendaftaran pada Bigo gaming dan *login* untuk dapat memberikan komentar pada *live chat*, mengikuti (*follow*) sebuah *channel* atau seorang *streamer*, hingga memberikan hadiah (*gift*) saat *streamer* melakukan siaran langsung.



**Gambar 3.4** Salah Satu Judul *streamer* Game (*Free Fire*) di Bigo Gaming

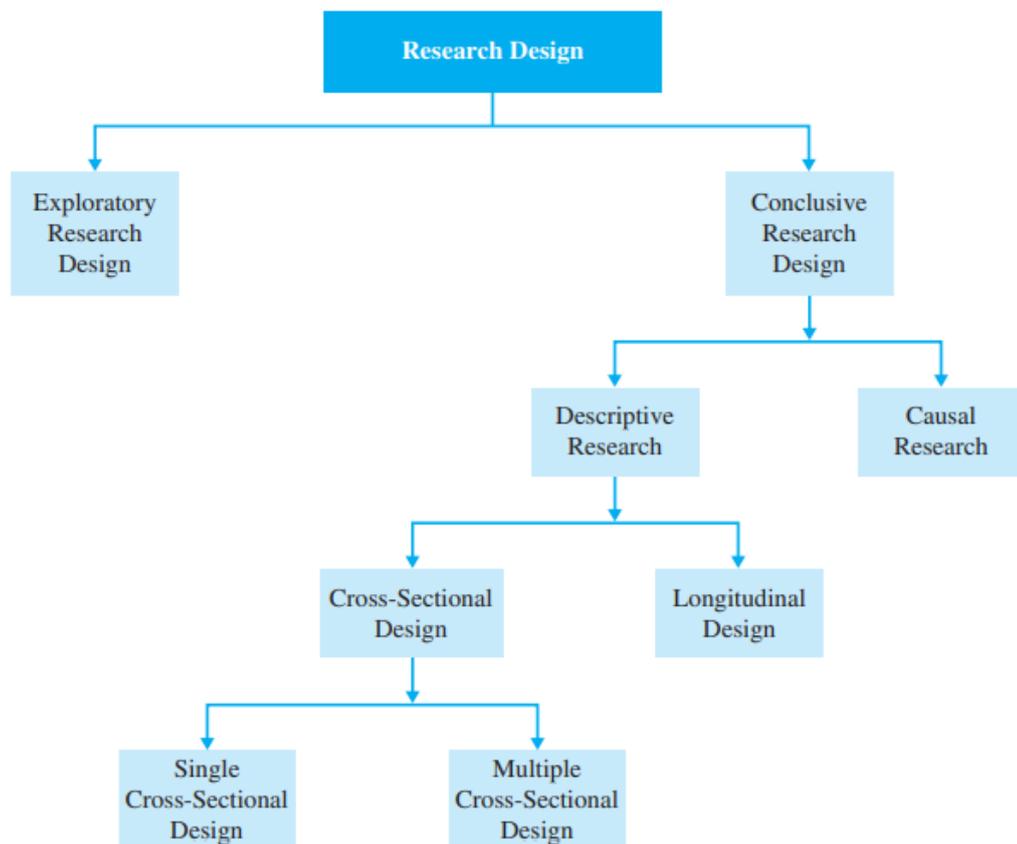
Sumber : *Bigo.tv*

### 3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Malholtra (2010) didefinisikan sebagai kerangka kerja, rencana atau *blueprint* untuk melaksanakan proyek penelitian pemasaran. Sebuah desain penelitian harus memiliki dasar yang kuat untuk melaksanakan penelitian tersebut. Desain penelitian yang baik akan memastikan bahwa proyek penelitian itu dilakukan secara efektif dan efisien (Malholtra, 2010).

#### 3.2.1 Klasifikasi Desain Penelitian

Secara umum desain penelitian dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis yakni, *exploratory research design* dan *conclusive research design* (Malholtra, 2010). Berikut adalah penjelasan dari setiap klasifikasi desain penelitian :



**Gambar 3.5 Klasifikasi Desain Penelitian**

Sumber : Malholtra, (2010) *Marketing research : an applied orientation—6th edition* p. 71

1) *Exloratory Research Design*

Merupakan desain penelitian yang memiliki tujuan utama untuk memberikan wawasan dan pemahaman tentang suatu masalah yang dihadapi oleh peneliti. *Exloratory research design* digunakan jika peneliti harus mendefinisikan masalah dengan lebih tepat, mengidentifikasi tindakan yang relevan, atau mendapatkan wawasan tambahan sebelum pendekatan dapat dikembangkan. Pada umumnya *Exloratory research design* memiliki proses penelitian yang fleksibel, tidak terstruktur, dan dapat berkembang.

2) *Conclusive Research Design*

Merupakan desain penelitian yang memiliki tujuan untuk menguji hipotesis tertentu dan menguji hubungan tertentu. *Conclusive research design*

biasanya lebih formal dan terstruktur. Hal ini didasarkan pada sampel yang besar dan lebih representatif. Data yang diperoleh, menjadi acuan untuk melakukan analisis kuantitatif. Temuan dari desain penelitian jenis ini dianggap bersifat konklusif karena dapat digunakan sebagai masukan dalam pengambilan keputusan manajerial. Desain penelitian terbagi menjadi dua jenis, yakni :

a) *Descriptive Research*

Merupakan jenis penelitian dari *conclusive research design* yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan tentang sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar. *Descriptive research* terbagi menjadi dua, yaitu *cross-sectional design* dan *longitudinal design*. *Cross-sectional design* melibatkan pengumpulan informasi sampel dalam populasi yang diambil dalam satu waktu tertentu. Data dapat diambil dari satu kelompok responden (*single cross-sectional design*) serta mampu didapat dari beberapa kelompok responden (*multiple cross-sectional design*). *Longitudinal design* adalah sampel tetap dari elemen populasi yang diukur berulang kali pada variabel yang sama. Desain ini untuk mengetahui apakah ada perubahan perilaku populasi dari jangka waktu tertentu.

b) *Causal Research*

Merupakan tipe penelitian yang memiliki tujuan utama untuk mendapatkan bukti hubungan sebab-akibat (kausal). Seperti *descriptive design*, penelitian ini membutuhkan desain yang terencana dan terstruktur. Meskipun penelitian *descriptive design* dapat menentukan tingkat hubungan antar variabel, penelitian *descriptive design* tidak tepat untuk menguji hubungan kausal.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan desain penelitian *descriptive research*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor apa saja yang mampu mempengaruhi *individual experience* seseorang, yang terdiri dari *experience of*

*parasocial interaction*, *actual-self congruity*, dan *ideal-self congruity* terhadap *broadcaster identification*. Serta faktor apa saja yang mampu mempengaruhi *co-experience* seseorang yang meliputi *participation*, *cognitive communion*, dan *resonant contagion* terhadap *group identification*. Serta implikasi dari *broadcaster identification* dan *group identification* terhadap *continuous watching intention*. Dalam pengambilan data, peneliti menggunakan *cross-sectional design* dengan tipe *single cross-sectional* yang berarti pengambilan data pada setiap sampelnya hanya akan diambil informasinya sebanyak satu kali.

### 3.2.2 Research Data

Dalam Malholtra (2010) *Marketing research : an applied orientation—6th edition*, teknik pengambilan data dibagi menjadi dua, yakni :

- 1) *Primary data*, dimana data ini berasal dari seorang peneliti dengan tujuan khusus untuk mengatasi masalah yang dihadapi. *Primary data* dapat dikumpulkan dengan survei, *interview*, *focus group discussion*, atau melalui penyebaran kuesioner.
- 2) *Secondary data*, adalah data yang telah dikumpulkan untuk tujuan selain masalah yang dihadapi. *Secondary data* dapat dikumpulkan dengan melakukan *review* literatur, *review* penelitian terdahulu, serta mengumpulkan topik yang sesuai dengan penelitian melalui media ataupun bank data.

Kedua teknik pengambilan data ini memiliki beberapa perbedaan. Perbedaan dari kedua teknik pengambilan data ini akan dijelaskan dalam tabel 3.1 berikut :

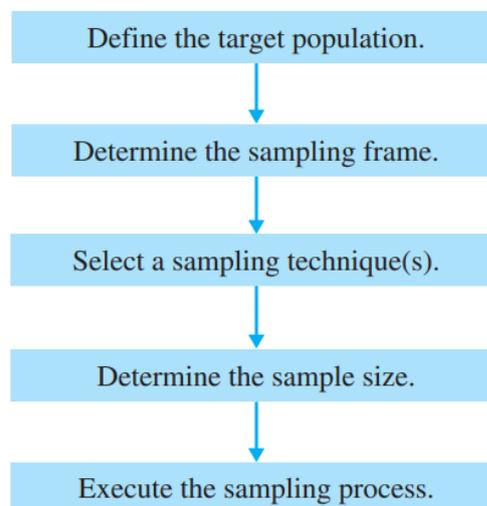
**Tabel 3.1 Tabel Perbedaan Primary Data dan Secondary Data**

	<b>Primary Data</b>	<b>Secondary Data</b>
Tujuan pengambilan	Untuk masalah yang dihadapi	Untuk masalah yang lainnya
Proses pengambilan	Sangat terlibat	Mudah dan cepat
Biaya pengambilan	Memakan banyak biaya	Relatif lebih sedikit biaya
Waktu pengambilan	Butuh banyak waktu	Tidak butuh banyak waktu

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *primary data* dan *secondary data*. Peneliti menggunakan *primary data* sebagai sumber data dengan melakukan survei. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang berisi sejumlah pernyataan. Sedangkan *secondary data* digunakan oleh peneliti untuk memperoleh literatur yang berasal dari artikel, jurnal, dan buku ilmiah sebagai data pendukung.

### 3.3 Ruang Lingkup Penelitian

Terdapat enam tahapan dalam menentukan *sampling* yang dapat dilihat pada gambar 3.6, tahapan ini disebut dengan *sampling design process*. Dalam tahapan *sampling design process* ini, setiap proses saling berkaitan (Malholtra, 2010).



**Gambar 3.6 *Sampling Design Process***

Sumber : Malholtra, (2010) *Marketing research : an applied orientation—6th edition* p. 340

Gambar 3.6 menggambarkan mengenai alur *sampling design process* yang meliputi enam tahapan, akan dijabarkan pada sub-bab berikut :

#### 3.3.1 Target Populasi

Target populasi dalam Malholtra (2010) didefinisikan sebagai kumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan tentang kesimpulan yang akan dibuat. Target populasi terdiri dari empat aspek, yakni

*element, sampling unit, extent, dan time* (Malholtra, 2010). Berikut adalah uraian dari empat aspek tersebut pada penelitian ini :

1) *Element*

Adalah seseorang ataupun objek yang memiliki sumber informasi yang dicari oleh peneliti (Malholtra, 2010). *Element* pada penelitian ini adalah perseorangan.

2) *Sampling Unit*

Adalah unit dasar yang memiliki kandungan elemen yang berasal dari populasi yang akan dijadikan sampel (Malholtra, 2010). *Sampling unit* dalam penelitian ini adalah seseorang yang berusia diatas 21 tahun, suka menonton *stream* dengan konten *game*, memiliki kebiasaan menonton *stream* dengan konten *game* lebih dari tiga kali dalam satu minggu, mengetahui adanya Bigo gaming, dan pernah atau masih menggunakan Bigo gaming.

3) *Extent*

Adalah batas geografis tempat atau wilayah dilakukannya penelitian (Malholtra, 2010). *Extent* pada penelitian ini adalah wilayah Indonesia, mengingat Bigo gaming yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja dengan syarat terhubung ke internet.

#### 4) *Time Frame*

Adalah periode dan waktu suatu penelitian dilaksanakan (Malholtra, 2010). *Time frame* pada penelitian ini adalah bulan September hingga Desember tahun 2020. Dengan waktu penyebaran kuesioner pada Desember tahun 2020.

### 3.3.2 *Sampling Frame*

*Sampling frame* adalah representasi dari elemen-elemen yang dimiliki populasi sasaran. *Sampling frame* terdiri dari daftar atau serangkaian arahan untuk mengidentifikasi populasi sasaran (Malholtra, 2010). Pada penelitian ini tidak terdapat *sampling frame*, dikarenakan tidak adanya data pasti mengenai pengguna Bigo gaming yang aktif di Indonesia.

### 3.3.3 *Sampling Technique*

*Sampling technique* adalah metode yang digunakan peneliti dalam sebuah penelitian untuk menentukan teknik pengambilan sampel pada populasi. Menurut Malholtra (2010), *sampling technique* diklasifikasikan menjadi dua, yakni *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

*Probability sampling* adalah metode pengambilan sampel dimana setiap elemen dari populasi sudah diketahui sebelumnya, dan setiap elemen dari populasi memiliki kemungkinan untuk terpilih menjadi sampel (Malholtra, 2010). Sedangkan *non-probability sampling* merupakan sebuah metode pengambilan sampel yang tidak menggunakan prosedur dalam menentukan sampel, melainkan berdasarkan penilaian pribadi peneliti (Malholtra,2010).

Dalam bukunya, Malholtra (2010) membedakan *non-probability sampling* menjadi empat teknik, yaitu :

#### 1) *Convenience Sampling*

Merupakan teknik *non-probability sampling* yang paling mudah untuk diterapkan, karena dengan teknik ini responden atau sampel dipilih karena kebetulan berada di area peneliti yang sedang melakukan pengambilan sampel (Malholtra, 2010).

2) *Judgemental Sampling*

Merupakan bentuk penerapan dari *convenience sampling*, akan tetapi tidak semua elemen berhak menjadi sampel, melainkan dipilih berdasarkan penilaian peneliti (Malholtra, 2010).

3) *Quota Sampling*

Merupakan teknik *non-probability sampling* yang memiliki dua tahapan penilaian. Tahap pertama adalah dengan menentukan kuota, tahap kedua adalah dengan pengambilan sampel yang diambil menggunakan salah satu dari teknik *convenience* atau *judgemental* (Malholtra, 2010).

4) *Snowball Sampling*

Merupakan teknik *non-probability sampling* yang awalnya menentukan satu elemen secara acak pada saat pengambilan sampel, kemudian elemen berikutnya akan didapatkan berdasarkan rujukan dari elemen pertama.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *judgemental sampling technique*, dikarenakan dalam penelitian ini, penulis memiliki kriteria atau *screening* tertentu agar seorang responden dapat digunakan datanya dalam penelitian.

### 3.3.4 *Sample size*

*Sample size* merupakan cara untuk menentukan jumlah responden yang harus dipenuhi peneliti dengan cara perhitungan statistik (Malholtra, 2010). Dinyatakan dalam Hair *et al.*, (2014) bahwa peneliti harus mampu menentukan jumlah responden dengan tepat. Agar ketika sampel meningkat, kekuatannya tidak terlalu tinggi yang membuat hasil terlalu signifikan. Serta ketika sampel berjumlah sedikit, kekuatannya tidak terlalu lemah, sehingga tidak menunjukkan hasil yang relefan dan tidak menunjukkan hasil yang signifikan (Hair *et al.*, 2014). Agar dapat menentukan jumlah responden dengan tepat, jumlah responden dapat ditentukan dengan menghitung banyaknya jumlah *measurement* atau indikator yang digunakan untuk mengukur sebuah variabel dikali dengan lima ( $n \times 5$ ).

Pada penelitian ini, peneliti memiliki 27 unit *measurements* atau indikator yang digunakan untuk mengukur sembilan variabel, dengan cara penghitungan

seperti yang disebutkan sebelumnya ( $n \times 5$ ), berarti peneliti harus memiliki paling tidak 135 sampel ( $27 \times 5 = 135$ ).

### **3.3.5 Sampling Process**

#### **3.3.5.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data penelitian, yakni *primary data* dan *secondary data*. Adapun metode atau teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Pengambilan *primary data* yang penulis gunakan untuk sumber utama penelitian ini didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner. Pada penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner secara *online* dengan menggunakan layanan *Google Form* melalui *link* [bit.ly/SkripsiKukuhAS](https://bit.ly/SkripsiKukuhAS) untuk dapat mengakses kuesioner penelitian ini. Sebelum melakukan *main-test* peneliti melakukan *pre-test* untuk mengukur validitas dan reliabilitas dari *measurements* atau indikator dalam mengukur sembilan variabel yang peneliti gunakan.
- 2) Pengumpulan *secondary data* yang peneliti lakukan pada penelitian ini adalah dengan mengumpulkan literatur, jurnal, buku, serta *website* yang berkaitan dengan berjalannya penelitian ini. *Secondary data* pada penelitian ini digunakan penulis sebagai data pendukung agar dapat menunjang tingkat validitas penelitian.

#### **3.3.5.2 Prosedur Pengumpulan Data**

Pengumpulan *primary data* didapatkan dari merangkum hasil pengisian kuesioner yang sebelumnya telah dilakukan dan disebarkan secara *online*. Penyebaran kuesioner secara *online* dilakukan oleh peneliti dengan cara mengirimkan *link* kuesioner yang telah peneliti buat sebelumnya pada *Google Form* melalui *personal chat*, sosial media seperti Instagram dan Status Whatsapp, selain itu beberapa kawan peneliti juga membantu penyebaran kuesioner penelitian ini agar mampu mendapatkan responden yang lebih luas dan lebih cepat. Walaupun penyebaran kuesioner secara luas, tidak semua responden yang mengisi kuesioner penelitian ini dapat digunakan. Dikarenakan pada penelitian

ini, peneliti menggunakan proses *screening* untuk dapat menentukan responden yang tepat agar mampu digunakan informasi atau datanya.

### **3.4 Periode Penelitian**

Periode penelitian selama peneliti melakukan penelitian ini adalah sekitar empat bulan, dimulai dari bulan September 2020 hingga Desember 2020. Penelitian diawali dengan penemuan fenomena yang dijadikan topik atau objek penelitian, lalu membuat latar belakang, rumusan masalah, serta teori-teori atau definisi dari penelitian terdahulu. Penyusunan teori-teori dan definisi dari penelitian terdahulu didapatkan dari pengumpulan data melalui literatur, jurnal, buku, dan *website* yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang digunakan sebagai sumber *secondary data*.

Setelah *secondary data* terkumpul, kemudian data diolah dan dijadikan sebagai dasar pembuatan kuesioner. Kuesioner ini nantinya akan menghasilkan *primary data* yang digunakan sebagai sumber utama dalam penelitian ini. Sebelum dapat melakukan penyebaran kuesioner secara luas, peneliti harus mengukur validitas dan reliabilitas sebuah kuesioner yang digunakan dalam penelitian dengan melakukan *pre-test*. *Pre-test* dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara terbatas yakni empat puluh responden, sebelum nantinya dilakukan *main-test* yang membutuhkan seratus tiga puluh lima responden sesuai perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya.

Setelah *main-test* usai dilakukan dan terkumpul data dengan jumlah yang diinginkan, kemudian data yang diperoleh akan diolah dan dianalisa. Yang pada akhirnya akan membentuk sebuah kesimpulan serta saran penelitian agar dapat membantu objek penelitian dalam melewati masalah yang ada.

### **3.5 Identifikasi Variabel penelitian**

#### **3.5.1 Variabel Eksogen**

Variabel eksogen adalah variabel konstruksi atau variabel independen (Malholtra, 2010). Variabel eksogen ditentukan oleh faktor-faktor di luar model dan tidak dapat dijelaskan oleh variabel lain dalam model (malholtra, 2010).

Pada penelitian ini menggunakan beberapa variabel eksogen untuk dapat menjelaskan atau mempengaruhi variabel endogen. Variabel eksogen yang

dimaksud pada penelitian ini antara lain : *experience of parasocial interaction, actual self-congruity, ideal self-congruity, participation, cognitive communion, dan resonant contagion.*

### **3.5.2 Variabel Endogen**

Variabel endogen adalah variabel yang tidak mampu berdiri sendiri atau dapat juga disebut dengan variabel dependen, biasanya variabel ini bergantung oleh konstruksi atau variabel sebelumnya di dalam model penelitian (Malholtra, 2010).

Penelitian ini menggunakan beberapa variabel endogen. Adapun variabel endogen yang dimaksud pada penelitian ini antara lain : *broadcaster identification, group identification, dan continuous watching intention.*

### **3.5.3 Variabel Teramati**

Variabel teramati atau *observed variable* adalah variabel yang diukur atau diamati langsung oleh peneliti secara empiris. Variabel ini disebut juga sebagai variabel manifest, indikator, atau item konstruk. biasanya, variabel teramati bergantung pada konstruksi atau indikator (Malholtra, 2010).

Pada penelitian ini terdapat sembilan variabel yang memiliki dua puluh tujuh indikator, sehingga penelitian ini memiliki variabel teramati sebanyak dua puluh tujuh unit.

## **3.6 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Dalam mengukur tingkat reliabilitas suatu variabel dibutuhkan indikator atau *measurement* yang berisi pernyataan yang menggambarkan variabel tersebut. *Measurement* berarti menetapkan angka atau simbol lain ke karakteristik objek sesuai dengan aturan yang telah ditentukan sebelumnya (Malholtra, 2010).

Setiap indikator harus diukur validitasnya sebelum dinyatakan dapat digunakan dalam penelitian guna mewakili variabel. Agar dapat mengukur tingkat validitas indikator, peneliti harus menentukan teknik penskalaan (*scaling technique*). Pada buku Malholtra (2010) *scaling technique* dibedakan menjadi dua, yakni *comparative scales* dan *non-comparative scales*.

*Comparative scales* diartikan sebagai metode penskalaan yang melibatkan perbandingan langsung dari dua objek atau lebih. Sedangkan *non-comparative*

*scales* diartikan sebagai metode penskalaan objek tunggal (Malholtra, 2010). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *non-comparative scaling technique* karena peneliti hanya memiliki satu objek penelitian dan tidak memiliki tujuan untuk membandingkan objek penelitian.

*Non-comparative scaling technique* memiliki dua metode dalam pengukurannya, yaitu *continuous rating scale* dan *itemized rating scales*. *Continuous rating scale* disebut juga sebagai skala peringkat grafis, dimana responden menilai objek dengan menempatkan tanda pada posisi garis yang membentang dari satu indikator ke indikator lain sehingga membentuk sebuah grafik. Sedangkan *itemized rating scales* mengukur indikator dengan cara, responden diberikan pilihan skala yang memiliki nomor atau deskripsi singkat terkait dengan setiap indikator (Malholtra, 2010). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengukuran *itemized rating scales* untuk mengukur setiap indikator dalam mewakili variabel.

*Itemized rating scales* memiliki tiga skala pengukuran, yaitu *likert*, *semantic*, dan *staple*. *Likert* merupakan pengukuran yang menggunakan cara pemberian kategori pada jawaban responden, kategori yang umum digunakan adalah “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju” yang diberikan nomor atau skala yang biasanya berjumlah ganjil. *Semantic* merupakan pengukuran yang memiliki karakteristik memiliki dua kutub yang berlawanan kata seperti “tinggi” dan “rendah”. Sedangkan *staple* merupakan pengukuran yang diukur dengan bentuk skala vertikal, biasanya dimulai dari angka positif hingga negative seperti +5 hingga -5 dan tidak memiliki angka 0 di dalamnya sehingga responden tidak dapat memilih netral (Malholtra, 2010). Pada penelitian ini, penulis menggunakan skala *likert* 1 sampai 5, dengan kategori 1 yang berarti “sangat tidak menggambarkan diri saya” hingga 5 yang berarti “sangat menggambarkan diri saya”.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan sembilan variabel yang akan diukur keterkaitannya. Adapun sembilan variabel yang dimaksud pada penelitian ini yaitu : *experience of parasocial interaction*, *actual self-congruity*, *ideal self-congruity*, *participation*, *cognitive communion*, *resonant contagion*, *broadcaster identification*, *group identification*, dan *continuous watching intention*. Setiap variabel memiliki definisi dan indikator yang disajikan dalam tabel 3.2 berikut :

**Tabel 3.2 Tabel Definisi Operasionalisasi Penelitian**

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	<i>Measurement (Original)</i>	<i>Measurement</i>	Scaling Technique
1	<i>Broadcaster identification</i>	Kepribadian, kompetensi, bakat, nilai, dan kharisma pribadi seorang <i>streamer</i> yang menarik, dikagumi dan diteladani penonton (Hu <i>et al.</i> , 2017).	BRI1	I am proud to be the broadcaster's follower (Liu et al. (2015) Shamir et al. 1998).	Saya bangga menjadi salah satu bagian dari pengikut ( <i>followers</i> ) seorang <i>streamer</i> pada Bigo gaming (sebelumnya Cube Tv).	Likert 1-5
			BRI2	The broadcaster represents values that are important to me (Liu et al. (2015) Shamir et al. 1998).	Sosok <i>streamer</i> yang saya ikuti ( <i>follow</i> ) pada Bigo gaming (sebelumnya Cube Tv) memiliki atau mewakili nilai-nilai yang penting bagi saya.	
			BRI3	My values are similar to the broadcaster's values (Liu et al. (2015) Shamir et al. 1998).	Nilai-nilai yang ada pada diri saya, mirip atau sama dengan <i>streamer</i> yang saya ikuti ( <i>follow</i> ) pada Bigo gaming	

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	<i>Measurement (Original)</i>	<i>Measurement</i>	Scaling Technique
			BRI4	The broadcaster is a model for me to follow (Liu et al. (2015) Shamir et al. 1998).	(sebelumnya Cube Tv).  <i>Streamer</i> yang ada pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv) adalah model yang tepat bagi saya untuk saya ikuti atau ( <i>follow</i> ).	
2	<i>Group identification</i>	Keterikatan psikologis, emosional dan sosial yang terjadi pada sebuah ekosistem, yang dapat terbentuk karena adanya interaksi (Hu et al., 2017).	GRI1	I really identify with people who follow the broadcaster (Yoshida et al., 2015).	Saya dapat dengan mudah mengidentifikasi seseorang melalui <i>streamer</i> yang diikuti pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv).	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	<i>Measurement (Original)</i>	<i>Measurement</i>	Scaling Technique
			GRI2	I feel like I belong to a club with other fans of the broadcaster (Yoshida <i>et al.</i> , 2015).	Saya merasa menjadi bagian dari klub dengan anggota penggemar ( <i>followers</i> ) <i>streamer</i> yang lain pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv).	
			GRI3	The broadcaster is supported by people like me (Yoshida <i>et al.</i> , 2015).	<i>Streamer</i> pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv) didukung (di- <i>follow</i> ) oleh orang-orang yang memiliki minat dan kesukaan yang sama seperti saya.	

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	<i>Measurement (Original)</i>	<i>Measurement</i>	Scaling Technique
3	<i>Experience of parasocial interaction</i>	Perasaan intim yang dirasakan oleh penonton yang muncul ketika menyaksikan suatu tayangan <i>stream</i> dari sosok yang dikagumi (Hu <i>et al.</i> , 2017).	EPSI1	While I was watching, the broadcaster knew I paid attention to him/her (Hartman & Goldhoorn, 2011).	Ketika saya menonton konten <i>streaming</i> pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv), saya yakin <i>streamer</i> menyadari bahwa saya memperhatikan dia.	Likert 1-5
			EPSI2	While I was watching, the broadcaster knew that I reacted to him/her (Hartman & Goldhoorn, 2011).	Ketika saya menonton konten <i>streaming</i> pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv), saya yakin <i>streamer</i> menyadari bahwa saya bereaksi kepadanya.	
			EPSI3	While I was watching, the broadcaster reacted to what I said or did (Hartman & Goldhoorn, 2011).	Ketika saya menonton konten <i>streaming</i> pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv), saya yakin <i>streamer</i> akan	

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement (Original)	Measurement	Scaling Technique
					menanggapi reaksi yang saya berikan kepadanya.	
4	<i>Actual self-congruity</i>	Sesuatu yang dikonsumsi ataupun digunakan seseorang yang dirasa sesuai dengan dirinya, untuk mengekspresikan diri (Hu <i>et al.</i> , 2017).	ASC1	Concerning our characters, this broadcaster and I are very similar (Wang <i>et al.</i> , 2015).	Saya merasa <i>streamer</i> yang saya ikuti ( <i>follow</i> ) pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv), secara karakter mirip dengan saya.	Likert 1-5
ASC2	I resemble the typical audience of this channel very much (Wang <i>et al.</i> , 2015).	Saya merasa memiliki kemiripan dengan pengikut ( <i>followers</i> ) yang lainnya pada <i>channel</i> yang saya ikuti di Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv).				

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	<i>Measurement (Original)</i>	<i>Measurement</i>	Scaling Technique
			ASC3	I can easily identify with this broadcaster (Wang <i>et al.</i> , 2015).	Saya merasa dapat dengan mudah mengenali <i>streamer</i> yang ada pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv).	
5	<i>Ideal self-congruity</i>	Sesuatu yang dikonsumsi ataupun digunakan seseorang, dengan harapan hal itu dapat membangun citra diri dan meningkatkan kualitas dirinya yang sebenarnya (Hu <i>et al.</i> , 2017).	ISC1	The ideal of me is very similar to the character of this broadcaster (Wang <i>et al.</i> , 2015).	Saya merasa saya bercita-cita untuk memiliki karakter yang mirip dengan <i>streamer</i> yang ada pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv).	Likert 1-5
			ISC2	Participating in this channel, I want to show the best of me (Wang <i>et al.</i> , 2015).	Dengan berpartisipasi pada <i>channel</i> yang saya ikuti pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv), saya	

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	<i>Measurement (Original)</i>	<i>Measurement</i>	Scaling Technique
					ingin menunjukkan yang terbaik dari diri saya.	
			ISC3	This broadcaster reflects my ideal self (Wang <i>et al.</i> , 2015).	<i>Streamer</i> yang saya ikuti pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv) merefleksikan diri saya yang ideal.	
6	<i>Participation</i>	Kontribusi yang dilakukan oleh penonton berupa aktivitas yang dapat menunjang kelangsungan <i>stream</i> (Hu <i>et al.</i> , 2017).	PAR1	I felt I was a part of the audience group (Liem <i>et al.</i> , 2012).	Saya merasa bahwa saya adalah bagian dari kelompok penonton yang mengikuti <i>streamer</i> yang sama pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv).	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	<i>Measurement (Original)</i>	<i>Measurement</i>	Scaling Technique
			PAR2	I felt I was participating with our audience group members (Liem <i>et al.</i> , 2012).	Saya merasa bahwa saya akan berpartisipasi dengan anggota kelompok atau penonton yang lain yang mengikuti <i>streamer</i> yang sama pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv).	
7	<i>Cognitive communion</i>	Persatuan yang berkumpul karena memiliki kesamaan identitas yang berasal dari kesamaan minat, pengetahuan yang sama, kehidupan yang serupa, kesamaan latar belakang ataupun kepribadian sehingga membentuk komunitas yang	COC1	I felt I shared similar thoughts with other audiences (Liem <i>et al.</i> , 2012).	Saya merasa bahwa saya dapat berbagi pemikiran yang sama dengan penonton yang lainnya sesama pengikut ( <i>follower</i> ) <i>streamer</i> yang sama pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv).	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	<i>Measurement (Original)</i>	<i>Measurement</i>	Scaling Technique
		homogen (Hu <i>et al.</i> , 2017).	COC2	I felt my knowledge was shared with other audiences (Liem <i>et al.</i> , 2012).	Saya merasa bahwa pengetahuan yang saya miliki dapat dibagikan dengan pengikut yang lainnya sesama pengikut ( <i>follower</i> ) <i>streamer</i> yang sama pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv).	
			COC3	I felt I shared the same perspective as other audiences (Liem <i>et al.</i> , 2012).	Saya merasa bahwa saya mampu berbagi perspektif atau pandangan yang sama dengan pengikut yang lain sesama pengikut ( <i>follower</i> ) <i>streamer</i> yang sama pada Bigo	

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement (Original)	Measurement	Scaling Technique
					<i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv).	
8	<i>Resonant contagion</i>	Aktivitas yang dilakukan oleh sebagian besar orang dan mampu mempengaruhi orang lainnya untuk melakukan hal yang sama (Hu <i>et al.</i> , 2017).	REC1	My behavior was influenced by other audiences of the group (Liem <i>et al.</i> , 2012).	Perilaku saya selama menyaksikan tayangan <i>stream</i> pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv) dipengaruhi oleh penonton lainnya yang ada di dalam kelompok penonton.	Likert 1-5
REC2	My behavior influenced other audiences of the group (Liem <i>et al.</i> , 2012).	Perilaku saya selama menyaksikan tayangan <i>stream</i> pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv) mampu				

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	<i>Measurement (Original)</i>	<i>Measurement</i>	Scaling Technique
					mempengaruhi perilaku penonton lainnya yang juga ada di dalam kelompok penonton.	
			REC3	Our audience group agreed upon similar opinions (Liem <i>et al.</i> , 2012).	Saya merasa bahwa sesama pengikut ( <i>follower</i> ) <i>streamer</i> yang sama pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv), kami sering memiliki pendapat yang sama.	

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement (Original)	Measurement	Scaling Technique
9	<i>Continuous watching intention</i>	Kondisi psikologis seseorang yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam mempertimbangkan keberlanjutan untuk menonton dan bergabung dengan komunitas virtual (Hu <i>et al.</i> , 2017).	CW11	I intend to continue following the broadcaster rather than discontinue (Kang <i>et al.</i> , 2009).	Saya berniat untuk terus mengikuti <i>streamer</i> pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv) ini dibandingkan harus menghentikannya.	Likert 1-5
			CW12	I intend to continue watching the broadcaster's show rather than other alternative (Kang <i>et al.</i> , 2009).	Saya berniat untuk terus menonton <i>streamer</i> yang telah saya ikuti ( <i>follow</i> ) pada Bigo <i>gaming</i> (sebelumnya Cube Tv) ini daripada harus mencari alternatif lain.	
			CW13	I would like to discontinue subscribe the broadcaster's channel (reverse	Saya tetap akan mengikuti <i>streamer</i> yang telah saya ikuti pada Bigo Gaming (Sebelumnya	

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	<i>Measurement (Original)</i>	<i>Measurement</i>	Scaling Technique
				coded) (Kang <i>et al.</i> , 2009).	Cube Tv).	

### 3.7 Teknik Pengolahan Analisis Data

#### 3.7.1 Uji *Pre-Test*

Uji *pre-test* atau dalam buku Malholtra (2010) disebut dengan *pretesting* mengacu pada pengujian kuesioner terhadap sampel berukuran kecil, dilakukan untuk mengidentifikasi dan menghilangkan potensi masalah (Malhotra, 2010). *Pretesting* biasanya dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden berukuran kecil yang variatif mulai dari 15 sampai 30 responden (Malholtra, 2010). Responden yang dijadikan sampel pada proses *pretesting* harus sesuai dengan kriteria atau *screening* yang telah ditetapkan. Hal ini dibutuhkan agar *pretest* yang dilakukan mampu memenuhi target sampel berdasarkan objek penelitian yang diteliti serta sebagai materi untuk perbaikan kuesioner apabila dibutuhkan.

#### 3.7.2 Metode Analisis Menggunakan Faktor Analisis

##### 3.7.2.1 Uji Validitas

Dalam Malholtra (2010) validitas didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mampu mencerminkan perbedaan yang sebenarnya antara objek penelitian dengan karakteristik yang diukur. Untuk dapat menghasilkan penelitian yang sempurna, peneliti harus memastikan bahwa tidak ada kesalahan dalam pengukuran (Malholtra, 2010).

Dalam menentukan validitas suatu indikator, dapat menggunakan 3 cara, yaitu dengan *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *nomological validity*. *Convergent validity* adalah sejauh mana skala berkorelasi positif dengan ukuran lain dari konstruk yang sama. *Discriminant validity* adalah sejauh mana suatu ukuran tidak berkorelasi dengan konstruksi lain yang seharusnya

membedakannya. *Nomological validity* adalah sejauh mana skala berkorelasi dengan cara yang diprediksi secara teoritis dengan ukuran dari konstruksi yang berbeda namun masih terkait (Malholtra, 2010).

*Convergent validity* diukur dengan melihat *outer loadings* dan *average variance extracted* atau dikenal dengan AVE. Sedangkan *discriminant validity* diukur dengan *cross loading factor* dan *fornell-lecker criterion*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 2 cara untuk dapat menentukan validitas sebuah indikator pada kuesioner, 2 cara yang dimaksud adalah *convergent validity* dan *discriminant validity*. Kedua cara ini memiliki persyaratan dalam menentukan validitas sebuah indikator, persyaratan yang dimaksud akan dituangkan dalam tabel 3.3 berikut :

**Tabel 3.3 Uji Validitas PLS SEM**

No	Kategori	Kriteria	Persyaratan
1	<i>Convergent validity</i>	<i>Outer Loadings</i>	<i>Outer Loadings</i> $\geq 0,7$
		<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	AVE $> 0,5$
2	<i>Discriminant validity</i>	<i>Cross Loading Factor</i>	<i>Cross Loading</i> $\geq 0,7$ terhadap variabelnya dan diharapkan lebih besar dari variabel lainnya.
		<i>Fornell-Lecker Criterion</i>	$\sqrt{\text{AVE}}$ harus lebih tinggi dari korelasi antar konstruk laten

### 3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Disebutkan dalam buku Malholtra (2010), reliabilitas mengacu pada sejauh mana skala mampu menunjukkan hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran berulang kali dalam jumlah yang banyak. Riliabilitas dinilai dengan menentukan proporsi variasi sistematis dalam suatu skala. Ini dilakukan dengan menentukan hubungan antara skor yang diperoleh dari administrasi skala yang berbeda. Jika asosiasinya tinggi, maka skala tersebut menunjukkan hasil yang konsisten dan dapat digunakan (Malholtra, 2010). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis PLS SEM yang akan mengukur reliabilitas variabel

dengan melihat nilai *cronbach's alpha*, *composite reliability*, dan *rho\_A* yang memiliki persyaratan seperti yang tertuang pada tabel 3.4 berikut :

**Tabel 3.4 Tabel Uji Reliabilitas PLS SEM**

No	Kategori	Indeks	Persyaratan
1	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i> > 0,7
2	<i>Composite Reliability</i>	CR	CR > 0,7
3	<i>rho_A</i>	Rho_A	Rho_A > 0,7

### 3.7.3 *Structural Equation Model (SEM)*

Pada penelitian ini, peneliti akan mengolah dan menganalisis menggunakan metode *structural equation modeling (SEM)*. SEM merupakan bagian dari model statistik yang menjelaskan hubungan diantara beberapa variabel yang meneliti sebuah struktur hubungan timbal balik dengan dinyatakan dalam serangkaian persamaan dan mirip dengan persamaan regresi berganda. Menurut Malholtra (2010), dengan menggunakan metode SEM dapat membantu peneliti dalam menilai properti pengukuran dan menguji hubungan teoritis yang diusulkan dengan menggunakan teknik tunggal.

Terdapat dua pendekatan yang berbeda apabila menggunakan metode SEM, yaitu *covariance based structural equation modeling* atau dikenal dengan (CB-SEM) dan *variance based structural equation modeling* atau dikenal dengan *partial least square (PLS)*. CB-SEM mengacu pada *building models*, metode ini bertujuan untuk menjelaskan *covariance* dari indikator yang terdapat dalam model. Sedangkan untuk PLS lebih berkonsentrasi kepada menganalisa sebuah konstruk dengan tipe formatif dan reflektif. PLS juga dapat digunakan untuk melihat hubungan antar variabel dalam sebuah model penelitian.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui keterkaitan antara variabel *experience of parasocial interaction*, *actual-self congruity*, *ideal-self congruity*, *participation*, *cognitive communion*, *resonant contagion*, *broadcaster identification*, *group identification*, dan *continuous watching intention* dengan menggunakan metode *partial least square (PLS)* yang diolah menggunakan

*software* SmartPLS versi 3.3.2. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode SEM karena pada penelitian ini terdapat lebih dari satu variabel dependen.

### **3.7.3.1 Tahapan Prosedur Metode PLS-SEM**

Untuk melakukan penelitian menggunakan metode PLS-SEM, ada tahapan-tahapan yang dilalui, adapun tahapan-tahapan yang dimaksud adalah sebagai berikut :

#### 1) *Model Specification*

*Model specification* adalah tahap awal dalam penelitian untuk menentukan tipe indikator sebuah variabel, apakah termasuk dalam indikator reflektif atau formatif. Indikator reflektif mengacu pada asumsi bahwa variabel laten dibentuk dari *true score plus error*. Sedangkan indikator formatif mengacu pada perubahan indikator yang telah dihipotesiskan akan mempengaruhi perubahan dalam model.

#### 2) *Outer Model Evaluation*

*Outer model* atau disebut juga *measurement* adalah model yang mendefinisikan bagaimana indikator berhubungan dengan variabel laten. Dalam menginterpretasikan *outer model* dengan cara melihat *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *reliability*.

#### 3) *Inner Model Evaluation*

*Inner model* atau model struktural berfungsi sebagai penguji hubungan antar variabel laten. *Inner model* dapat menunjukkan adanya *direct effect*, *indirect effect*, dan *moderating effect* dari variabel pada model.

### **3.7.3.2 Kecocokan Model Pengukuran (*Outer Model*)**

#### 1) *Convergent Validity*

*Convergent validity* memiliki fungsi untuk mengukur nilai *outer loadings* dan *average variance extracted* (AVE) untuk setiap variabel laten. Menurut Ghazali dan Latan (2015) nilai *outer loadings* yang direkomendasikan yaitu sebesar  $> 0,7$  akan tetapi nilai  $> 0,6$  masih dapat diterima apabila variabel terkait dalam model masih dalam tahap pengembangan. Sedangkan untuk nilai AVE, Ghazali dan Latan (2015) merekomendasikan nilainya harus sebesar  $> 0,5$ .

## 2) *Discriminant Validity*

*Discriminant validity* merupakan alat untuk mengukur apakah sebuah variabel yang dimaksud memadai atau tidak. Cara untuk mengukur variabel tersebut adalah dengan membandingkan antara korelasi indikator dengan konstruk yang dituju harus lebih besar jika dibandingkan dengan korelasinya dengan konstruk lain dalam model. Untuk mengetahui nilai korelasi antar indikator dalam model, dapat dilihat dengan nilai *cross loading factor* dan *fornell-lacker criterion*. Ghozali dan Latan (2015) merekomendasikan besaran nilai yang dapat diterima untuk *cross loading factor* adalah  $\geq 0,7$ . Sedangkan besaran nilai yang dapat diterima untuk *fornell-lacker criterion* atau  $\sqrt{AVE}$  harus lebih tinggi dari korelasi antar setiap variabel laten.

## 3) *Reliability*

*Reliability* merupakan tanda yang menunjukkan ada atau tidak adanya konsistensi dari setiap indikator dalam mewakili variabel laten untuk mengukur variabel tersebut. Dalam Ghozali dan Latan (2015) menyebutkan nilai yang dapat diterima sebagai persyaratan untuk *cronbach's alpha*, *composite reliability*, dan  $\rho_A$  diterima adalah sebesar  $> 0,7$ .

### 3.7.3.3 Kecocokan Model Pengukuran (*Inner Model*)

#### 1) *T-Statistic*

*T-Statistic* memiliki fungsi sebagai alat penguji untuk mengetahui seberapa signifikan hipotesis dalam penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan taraf *alpha* sebesar 5% dan 9 variabel (lepas dan terikat) serta menggunakan 136 responden dengan metode perhitungan *one tailed*, sehingga *critical value* untuk penelitian ini adalah 1,656. Jika hasil uji dan perhitungan *t-value* mendapatkan nilai *t-stat*  $< 1,656$  maka uji yang dilakukan disebut tidak signifikan. Jika hasil perhitungan mendapatkan nilai  $> 1,656$  maka uji yang dilakukan disebut signifikan (Hair *et al.*, 2010).

2) *Coefficient of Determinant (R<sup>2</sup>)*

*Coefficient of determinant* adalah nilai hasil modifikasi dari koefisien determinasi yang mengkalkulasikan jumlah variabel independen yang masuk ke dalam persamaan dan ukuran sampel. Menurut Ghazali dan Latan (2015) nilai R<sup>2</sup> adalah nilai yang menyatakan seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3) *Cross Validated Redundancy (Q<sup>2</sup>)*

Nilai Q<sup>2</sup> dalam Ghazali dan Latan (2015) dinyatakan sebagai sarana untuk menilai relevansi prediktif dari *inner model*.

4) *Effect Size (f<sup>2</sup>)*

*Effect size* merupakan ukuran efek untuk setiap jalur yang ditentukan dengan menghitung *cohen's f<sup>2</sup>*. Menurut Ghazali dan Latan (2015) nilai *f<sup>2</sup>* dibagi menjadi tiga kriteria, yaitu *small effect (f<sup>2</sup> = 0,02)*, *medium effect (f<sup>2</sup> = 0,15)*, dan *large effect (f<sup>2</sup> = 0,35)*. Jika variabel eksogen berkontribusi secara signifikan terhadap variabel endogen, maka nilai *f<sup>2</sup>* atau *effect size* akan besar (Ghazali dan Latan, 2015).

5) *Goodness of Fit (GoF)*

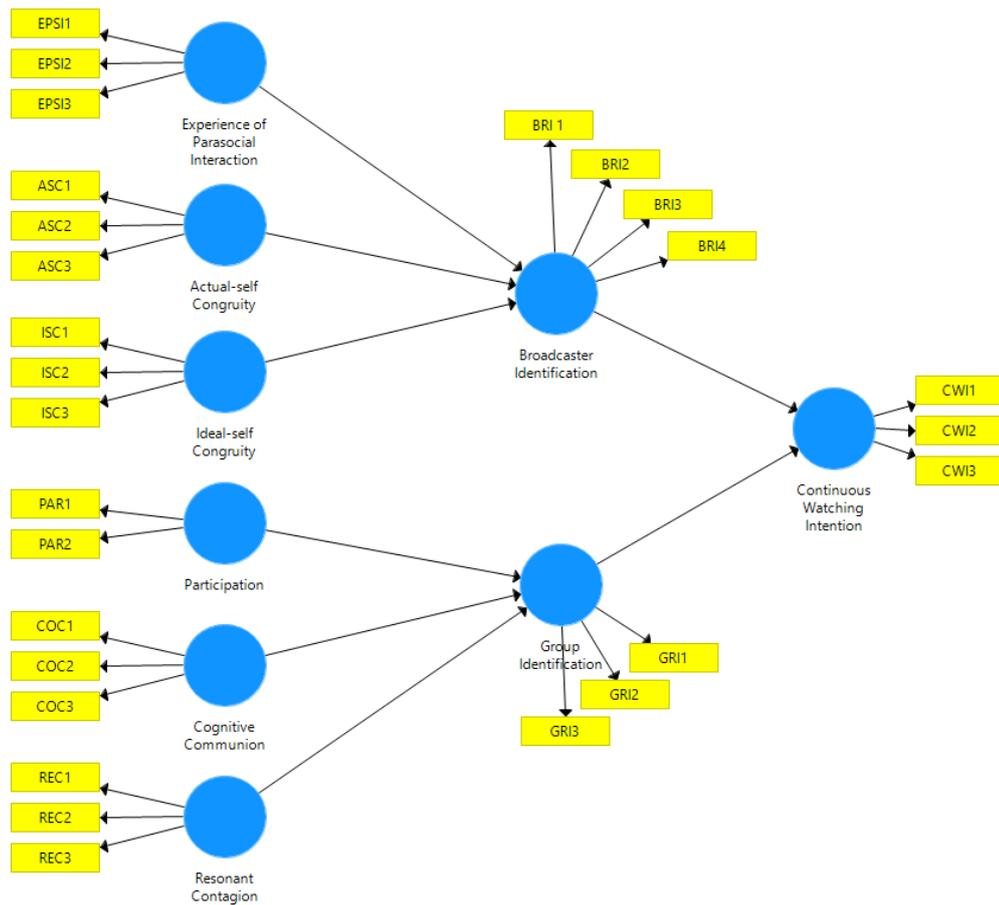
*Goodness of Fit* adalah sebuah alat ukur untuk menunjukkan seberapa baik suatu model dalam mereproduksi matrix kovarians di antara variabel dalam model (Malholtra, 2010). Dalam mengukur, GoF memiliki rumus dalam perhitungannya, rumus yang dimaksud adalah sebagai berikut :

$$\text{GoF} = \sqrt{(\text{rata} - \text{rata AVE}) \times \text{rata} - \text{rata R}^2}$$

Ghazali dan Latan (2015) membagi GoF dalam tiga kategori berdasarkan nilai GoF, yaitu GoF kecil (GoF = 0,1), GoF moderat (GoF = 0,25), dan GoF besar (GoF = 0,36).

### 3.7.4 Model Keseluruhan Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka berikut adalah model penelitian ini yang telah disusun secara keseluruhan.



**Gambar 3.7 Model Keseluruhan Penelitian**

Sumber : Olah Data Primer, 2020

### 3.7.5 Testing Structural Relationship

Dalam melakukan uji pada hubungan struktural harus memenuhi persyaratan tertentu agar dapat dianggap valid. Syarat agar suatu uji hubungan struktural dianggap valid adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai standar koefisien  $\geq 0$  yang menunjukkan adanya hubungan positif, begitupula bila menunjukkan nilai yang sebaliknya berarti menunjukkan adanya hubungan negative.
- 2) Nilai dari *p-values* ditentukan harus sebesar  $< 0,05$ . Ketika nilai *p-values* pada penelitian ini sebesar  $< 0,05$  menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pada hipotesis yang telah disusun dalam penelitian yang didukung oleh data.