



Hak cipta dan penggunaan kembali:

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

Copyright and reuse:

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

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kotak adalah satu-satunya band di Indonesia yang mengambil jenis musik modern rock dan bernuansa sedikit ‘dark’. Dengan menampilkan *sound* distorsi seperti band-band yang mengambil jenis musik nu metal atau modern rock dan juga dengan teknik solo gitar yang keren di tahun 2004 (www.invormasi.com).

Kotak terbentuk tanggal 27 September 2004 dalam acara *Dream Band* tahun 2004 di TV7, Kotak lahir atas masukan dari salah seorang personel Kahitna, dan Doddy yang bertindak sebagai produser. Saat itu, Doddy melakukan audisi untuk membentuk format band baru di Indonesia yang terdiri atas drummer, gitaris, bassist, dan vokalis (www.invormasi.com).

Audisi tersebut cukup mendapatkan tanggapan positif dari musisi remaja yang ingin mencoba peruntungannya di industri musik. Sebanyak 400 orang vokalis, 170 bassist, ratusan gitaris, dan ratusan drummer menjejali tempat audisi. Setelah melakukan audisi dengan mempertimbangkan berbagai format penilaian, terpilihlah 2 vokalis, 2 bassist, 3 gitaris, dan 2 drummer. Musisi muda terpilih itu kemudian diseleksi lagi menjadi dua band yaitu Kotak yang personelnya empat orang dan “Lima” yang personelnya lima orang. Nama Kotak memiliki arti empat sisi dan empat sudut yang bersatu menjadi bangunan kotak. Hal itu menggambarkan tentang empat orang yang berbeda tetapi bersatu dalam satu wadah musik. (www.invormasi.com)

Formasi band Kotak di tahun 2004 tidak sama dengan formasi sekarang. Formasi grup band Kotak pertama kali diisi oleh Cella (gitar), Icez (bass), Pare (vokal), dan Posan (drum). Mereka kemudian merilis album pertama berjudul “Kotak”.



Sumber : www.rockchicksrule.com

Gambar 3.1 Formasi pertama band kotak di tahun 2004

Pada akhir tahun 2006, Pare ternyata memutuskan keluar dari band. Meskipun personil Kotak merasa keberatan atas keputusannya tapi setelah memahami betul alasan Pare ketiga personel Kotak lainnya mengizinkan Pare untuk keluar. Posisi yang kosong kemudian digantikan oleh Tantri. Beberapa waktu kemudian, Icez keluar dari band karena untuk bergabung ke The Rock untuk promo album Master Mister Ahmad Dhani I, kemudian posisi bass diisi

oleh Chua. Mereka kemudian merilis album keduanya berjudul Kotak Kedua pada tahun 2008.



Sumber : www.rockchicksrule.com

Gambar 3.2 Formasi band kotak di tahun 2008



Sumber : googleusercontent.com

Gambar 3.3 List lagu pada album kedua di tahun 2008

Setelah sukses dengan album kedua, pada tanggal 26 Agustus 2010 merilis album ketiga berjudul Energi. Album ini melahirkan hits single seperti "Pelan Pelan Saja", "Selalu Cinta" dan "Cinta Jangan Pergi". Album ketiga yang juga diterima dengan baik dan laris di pasaran, di buktikan dengan berhasil meraih album terbaik versi Anugerah Planet Musik 2011 serta memborong empat penghargaan dalam ajang Anugerah Musik Indonesia (AMI Awards) 2011 (www.invormasi.com).

Melanjutkan kesuksesan fenomenal dari album Energi, pada tanggal 11 Agustus 2011 album Energi dirilis ulang menjadi Energi (*Repackaged*) dengan empat lagu baru yang semuanya merupakan mega hits "Tendangan Dari Langit", "Lupa Ingatan", "Apa Bisa" dan "Menembus Cahaya" dan juga merupakan *Original Soundtrack* dari film Tendangan Dari Langit (www.invormasi.com).

Pada tanggal 8 Maret 2011, Posan keluar dari band Kotak. Drummer yang sudah bermain bersama Kotak selama tujuh tahun itu resmi meninggalkan Kotak dan personel Kotak hanya tersisa Cella, Tantri dan Chua. Peraih drummer terbaik versi SCTV Award ini menolak alasan keluar dirinya dari Kotak karena adanya konflik internal. Menurut Posan dia sedang fokus dengan Winner, band *side-project* miliknya. Selain itu Posan sedang sibuk menangani band bernama The Sign. Kesibukan yang dijalani Posan membuat dia harus memilih untuk keluar dari Kotak. Posisi drum awalnya diisi oleh Mawan (drummer asal Bengkulu) dan Gilang. Lalu posisi drum diisi pemain drum tambahan yang berganti-ganti. Mereka ialah Sinyo Drumboy, Sevri Heyho dan Bounty Ramdhan yang merupakan anak dari bassist band Gigi Thomas Ramdhan (www.invormasi.com).

Pada bulan November 2012 Kotak meluncurkan sebuah album kompilasi terbaik yang diberi judul “Terbaik” (www.invormasi.com). Album ini hanya dijual di gerai KFC di seluruh Indonesia. Album ini memuat sembilan single pilihan dari dua album studio sebelumnya, ditambah empat lagu terbaru "Hijaukan Bumi", "I Love You", "Kecuali Kamu" dan "Jet Lag".



Sumber: www.wikimedia.org

Gambar 3.4 Album kompilasi Kotak “Terbaik” di tahun 2012

Pada bulan Maret 2014, Kotak merilis album keempat yang berjudul "*Never Dies*". Di album Kotak yang terbaru ini memuat banyak lagu andalan, salah satunya dari *single* terbaru andalan Kotak band berjudul "*Perfect Love*" yang bercerita tentang perasaan cinta yang saling menyempurnakan serta *single* andalan lainnya "*Inspirasi Sahabat*" yang berkisah indahny persahabatan dan album ini

dirilis melalui *iTunes Store* pada tahun 2014 dan menjadikan Kotak sebagai band pertama Indonesia yang merilis album hanya di *iTunes Store*. Penjualan album ini cukup bagus, terbukti 1 minggu setelah merilis album sudah ada 5000 *downloader* dan menjadikan Kotak sebagai artis Indonesia yang berada di *page iTunes Store International*.




Sumber: www.kotakbandrock.com

Gambar 3.5 Album baru Kotak “*Never Dies*” di tahun 2014

Never Dies [View More](#)

Kotak

Open iTunes to preview, buy and download music.



[View In iTunes](#)

Rp 39ribu
 Genres: Rock, Music
 Released: 18 March 2014
 © 2014 PT.Warner Music Indonesia

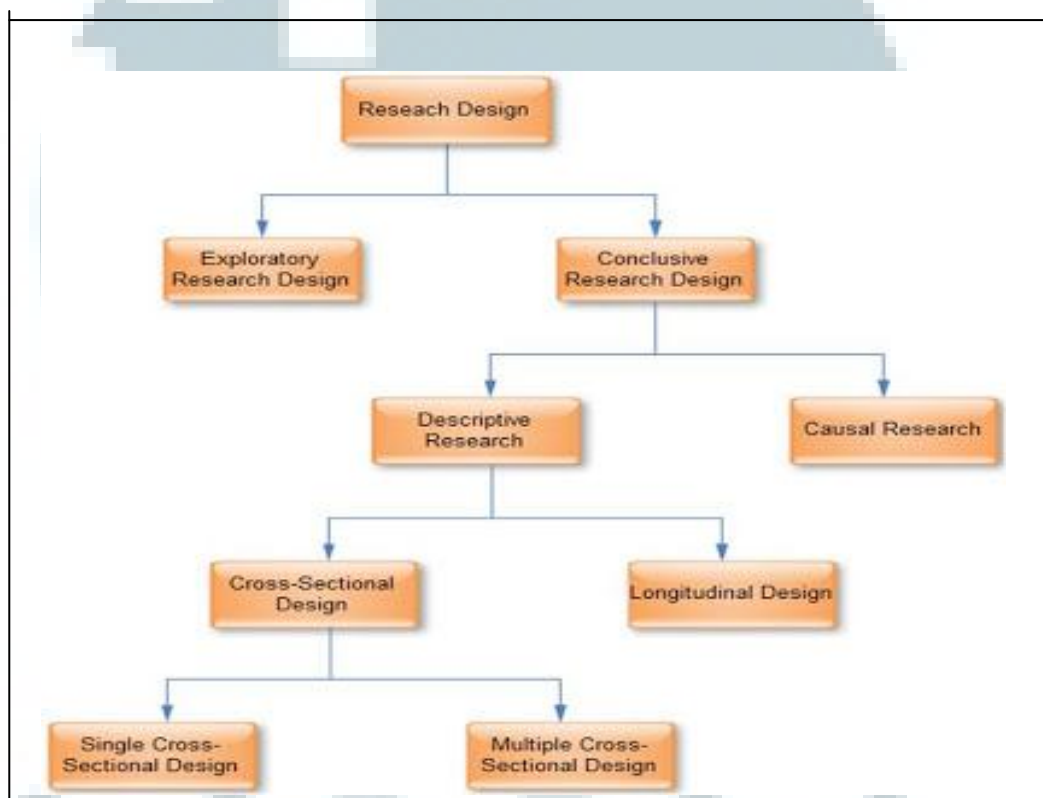
	Name	Artist	Time	Price	
1	Satu Indonesia	Kotak	3:27	Rp 5ribu	View In iTunes ▶
2	Inspirasi Sahabat	Kotak	3:01	Rp 5ribu	View In iTunes ▶
3	Perfect Love	Kotak	4:41	Rp 5ribu	View In iTunes ▶
4	Aku Percaya Pilihanku	Kotak	4:58	Rp 5ribu	View In iTunes ▶
5	Kamu Saja	Kotak	3:37	Rp 5ribu	View In iTunes ▶
6	Sisi Lain	Kotak	3:54	Rp 5ribu	View In iTunes ▶
7	Music	Kotak	3:38	Rp 5ribu	View In iTunes ▶
8	Aku Yang Tersakiti (with Judika)	Kotak	4:13	Rp 5ribu	View In iTunes ▶
9	Sendiri	Kotak	4:47	Rp 5ribu	View In iTunes ▶
10	Bobrok! (feat. Pay & Eross)	Kotak	4:46	Rp 5ribu	View In iTunes ▶
11	Rise and Fall (with Jflow)	Kotak	4:33	Rp 5ribu	View In iTunes ▶

Sumber: www.kotakbandrock.com

Gambar 3.6 List lagu album Kotak “*Never Dies*” di *iTunes* tahu 2014

3.2 Desain Penelitian

Menurut Malhotra (2012), desain penelitian didefinisikan sebagai sebuah kerangka untuk melakukan suatu proyek riset pemasaran, yang membutuhkan prosedur yang spesifik untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan serta dapat menyelesaikan masalah pada proyek tersebut. Desain penelitian terdiri atas *Exploratory Research Design* dan *Conclusive Research Design* (Malhotra, 2012).



Sumber: Malhotra, 2012

Gambar 3.7 *Research Design*

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan *exploratory*. Penelitian deskriptif yaitu jenis penelitian yang mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan karakteristik maupun sifat pasar serta perilaku konsumen, sedangkan penelitian *exploratory* bertujuan untuk mengeksplor atau untuk menumpulkan pemahaman mendalam mengenai suatu

masalah. Penelitian ini menggunakan metode survei, dimana metode ini meneliti *sampling unit* dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner disusun secara rapi dan terstruktur, kemudian diberikan kepada *sample* dari sebuah populasi guna mendapatkan informasi spesifik dari responden (Malhotra, 2012).

Penelitian ini secara umum akan meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *purchase intention* terhadap lagu kotak (album “*Never Dies*”) di *iTunes Store*. Adapun variabel yang digunakan adalah *perceived usefulness*, *perceived enjoyment*, *technicality*, *perceived price*, *perceived value*, dan *purchase intention*.

3.3 Prosedur Penelitian

1. Mengumpulkan berbagai jurnal dan literatur pendukung untuk mendukung penelitian ini dan memodifikasi model tersebut serta menyusun kerangka penelitian.
2. Menyusun *draft* kuesioner dengan melakukan *wording* kuesioner. Pemilihan kata yang tepat pada kuesioner bertujuan agar responden lebih mudah memahami pernyataan sehingga hasilnya dapat relevan dengan tujuan penelitian.
3. Melakukan *pre-test* dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden terlebih dahulu, sebelum melakukan pengumpulan kuesioner dalam jumlah yang lebih besar.
4. Hasil data dari *pre-test* 30 responden tersebut dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS *version 21*. Jika hasil *pre-test* tersebut memenuhi syarat, maka kuesioner dapat dilanjutkan ke proses selanjutnya yaitu pengambilan data besar yang sudah ditentukan $n \times 5$ observasi sampai

dengan $n \times 10$ observasi (Hair *et al.*, 2010). Pada penelitian ini, penulis menggunakan $n \times 7$ observasi.

5. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian dianalisis kembali dengan menggunakan perangkat lunak *Lisrel Version 8.80*.

3.4 Populasi dan Sample

Penentuan target populasi sangatlah penting dalam penelitian ini agar hasil yang didapat lebih akurat. Menurut Malhotra (2012) populasi adalah gabungan atau sekumpulan elemen yang memiliki serangkaian karakteristik tertentu, yang terdiri dari alam semesta lalu ditetapkan untuk menjadi objek penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh orang yang mau membeli lagu Kotak (album "*Never Dies*") di *iTunes Store* di Jabodetabek.

3.4.1 Sample unit

Sample unit adalah suatu dasar yang mengandung unsur-unsur dari populasi yang akan dijadikan sampel (Malhotra, 2012). *Sample unit* yang digunakan pada penelitian ini adalah pria dan wanita yang pernah mengakses *iTunes Store* dan tahu band Kotak serta belum pernah membeli lagu Kotak (album "*Never Dies*").

3.4.2 Time Frame

Malhotra (2012) menyatakan bahwa *time frame* mengacu pada jangka waktu yang dibutuhkan peneliti untuk mengumpulkan data hingga mengolahnya. Pada penelitian ini, *time frame* yang dibutuhkan yaitu bulan Mei 2015 sampai dengan Juli 2015.

3.4.3 *Sample Size*

Penentuan jumlah sampel ditentukan berdasarkan teori Hair et al. (2010) bahwa penentuan banyaknya sampel sesuai dengan banyaknya jumlah *item* pertanyaan yang digunakan pada kuesioner tersebut, dimana dengan mengasumsikan $n \times 5$ observasi sampai $n \times 10$ observasi. Pada penelitian ini penulis menggunakan $n \times 7$ dengan 22 *item* pertanyaan yang digunakan untuk mengukur 6 variabel, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 22 *item* pertanyaan dikali 7 sama dengan 154 responden.

3.4.5 *Sampling Technique*

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling technique*, dimana tidak semua bagian dari populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel, tetapi responden dipilih berdasarkan karakteristik atau kriteria yang dibutuhkan oleh penulis (Malhotra, 2012).

Sedangkan, untuk teknik yang digunakan adalah *judgmental technique sampling* yakni *sample unit* dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang ditentukan penulis (Malhotra, 2012). Alasan menggunakan *judgmental technique sampling* pada proses pengambilan sampel dikarenakan penelitian ini memiliki syarat kriteria yaitu responden pria dan wanita yang pernah mengakses *iTunes Store* dan tahu band Kotak serta belum pernah membeli lagu Kotak (album "*Never Dies*"). Dalam hal ini *judgmental technique sampling* ditunjukkan dalam kuesioner yang berupa *screening* lebih mendalam untuk menentukan responden.

Proses pengumpulan data menggunakan metode *cross sectional*, dimana metode pengumpulan informasi hanya dilakukan sekali (Malhotra, 2012). Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data primer dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden yang pernah mengakses *iTunes Store* dan tahu band Kotak serta belum pernah membeli lagu Kotak (album "*Never Dies*").

3.5 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdiri dari dua macam variabel, yaitu variabel laten dan variabel indikator. Adapun variabel laten merupakan variabel kunci yang menjadi perhatian pada analisis *structural equation modeling* (SEM). Variabel laten merupakan konsep abstrak, sebagai contoh perilaku, sikap, perasaan, dan minat. Variabel ini hanya dapat diamati secara langsung dan tidak sempurna melalui efeknya pada variabel yang tercermin berdasarkan variabel indikator (Wijanto, 2008).

Sedangkan variabel indikator adalah variabel yang dapat diamati atau diukur secara empiris. Pada metode survei dengan menggunakan kuesioner setiap pertanyaan pada kuesioner mewakili sebuah variabel indikator (Wijanto, 2008).

Pada penelitian ini variabel eksogen terdiri dari 4 variabel yaitu *perceived usefulness*, *perceived enjoyment*, *technicality*, *perceived price*. Sedangkan variabel endogen terdiri dari 2 variabel yaitu *perceived value* dan *purchase intention*.

Dalam membuat instrumen pengukuran maka setiap variabel penelitian perlu untuk dijelaskan definisi operasional variabelnya untuk mempermudah dalam mendefinisikan permasalahan yang ingin dibahas dalam suatu variabel,

sehingga dapat menyamakan persepsi dan menghindari kesalah pahaman dalam mendefinisikan variabel yang dianalisis. Definisi operasional pada penelitian ini disusun berdasarkan teori yang mendasari dengan indikator pertanyaan seperti pada tabel 3.1. Skala pengukuran variabel yang digunakan adalah *likert scale 7* (tujuh) poin. Seluruh variabel diukur dengan skala *likert* 1 sampai 7, dengan angka satu menunjukkan sangat tidak setuju hingga angka tujuh menunjukkan sangat setuju.

Tabel 3.1 Definsi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Kode	Measurement	Teknik Penskalaan
<i>Perceived Usefulness</i>	Tingkatan kepercayaan individu bahwa suatu teknologi akan meningkatkan kemampuan atau kinerjanya (Davis ,1989)	PU1	Menurut saya untuk memperoleh lagu Kotak (album “ <i>Never Dies</i> ”) di <i>iTunes Store</i> lebih cepat di bandingkan CD fisik (Yi-Shun Wang, 2012)	Skala Likert 1-7
		PU2	Menggunakan <i>iTunes Store</i> membuat saya lebih mengapresiasi lagu Kotak (album “ <i>Never Dies</i> ”) ketimbang CD fisik (Yi-Shun Wang, 2012)	
		PU3	Menggunakan <i>iTunes Store</i> lebih memudahkan saya untuk mendapatkan informasi tentang lagu Kotak (album “ <i>Never Dies</i> ”) (Yi-Shun Wang, 2012)	

Variabel	Definisi Variabel	Kode	Measurement	Teknik Penskalaan
<i>Perceived Enjoyment</i>	kesenangan yang dirasakan seseorang ketika melakukan perilaku tertentu atau aktivitas tertentu (Moon and Kim, 2001)	PE1	Saya merasa senang saat mendengarkan <i>teaser</i> lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") di <i>iTunes Store</i>	Skala Likert 1-7
		PE2	Saya menikmati ketika mendengarkan <i>teaser</i> lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") di <i>iTunes Store</i>	
		PE3	Saya merasa senang saat <i>iTunes Store</i> menyediakan <i>teaser</i> lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ")	
		PE4	Menurut saya <i>teaser</i> lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") menarik	

Variabel	Definisi Variabel	Kode	Measurement	Teknik penskalaan
<i>Technicality</i>	persepsi konsumen dalam kesulitan penggunaan (apakah menggunakan sistem bebas dari upaya fisik, mental dan usaha) (Kim et al, 2007)	TECH 1	Menurut saya memutar (<i>play</i>) <i>teaser</i> lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") di <i>iTunes Store</i> adalah hal yang sulit	Skala Likert 1-7
		TECH 2	Menurut saya butuh waktu yang relatif lama untuk memutar (<i>play</i>) <i>teaser</i> lagu kotak (album " <i>Never Dies</i> ") di <i>iTunes Store</i>	
		TECH 3	Menurut saya <i>teaser</i> lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") di <i>iTunes Store</i> sulit untuk di gunakan	

Variabel	Definisi Variabel	Kode	Measurement	Teknik penskalaan
<i>Perceived Price</i>	Sesuatu yang diberikan atau di korbkan konsumen untuk memperoleh produk (Zeithaml, 1988)	PP1	Menurut saya harga yang harus saya bayar untuk lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") di <i>iTunes Store</i> mahal dibandingkan CD fisik (Yi-Shun Wang, 2012)	Skala Likert 1-7
		PP2	Harga yang harus saya bayar untuk lagu kotak (album " <i>Never Dies</i> ") di <i>iTunes Store</i> tidak sebanding dengan apa yang saya dapat dibandingkan CD fisik	
		PP3	Saya merasa tidak puas dengan harga lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") yang tertera di <i>iTunes Store</i> dibandingkan CD fisik	
		PP4	Saya harus mengeluarkan uang lebih banyak untuk membeli lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") di <i>iTunes Store</i> dibandingkan CD fisik (Sumeet Gupta, 2010)	

Variabel	Definisi Variabel	Kode	Measurement	Teknik penskalaan
<i>Perceived Value</i>	penilaian keseluruhan konsumen dari kegunaan produk berdasarkan persepsi mereka tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan (Lu & Hsiao 2010).	PV1	Saya merasa manfaat yang saya dapatkan jika mengeluarkan uang untuk membeli lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") di <i>iTunes Store</i> sebanding dengan uang yang harus saya bayar	Skala Likert 1-7

Variabel	Definisi Variabel	Kode	Measurement	Teknik Penskalaan
<i>Perceived Value</i>	penilaian keseluruhan konsumen dari kegunaan produk berdasarkan persepsi mereka tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan (Lu & Hsiao 2010).	PV2	Saya merasa manfaat yang saya dapatkan jika membeli lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") di <i>iTunes Store</i> sebanding dengan upaya (<i>effort</i>) yang saya lakukan di bandingkan dengan jika membeli CD fisik (Yi-Shun Wang, 2012)	Skala Likert 1-7
		PV3	Saya merasa manfaat yang saya dapatkan jika mengeluarkan uang untuk membeli lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") di <i>iTunes Store</i> sebanding dengan waktu yang saya luangkan dibandingkan jika membeli CD Fisik (Yi-Shun Wang, 2012)	
		PV4	Saya merasa jika membeli lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") di <i>iTunes Store</i> memiliki <i>value</i> yang baik dibandingkan dengan CD fisik	

Variabel	Definisi Variabel	Kode	Measurement	Teknik Penskalaan
<i>Purchase Intention</i>	Keputusan konsumen untuk membeli barang atau jasa (Hao Kui)	PI1	Saya akan membeli lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") di <i>iTunes Store</i> jika saya mempunyai minat untuk membeli	Skala Likert 1-7
		PI2	Saya akan merencanakan untuk membeli lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") di <i>iTunes Store</i> (Yi-Shun Wang, 2012)	

Variabel	Definisi Variabel	Kode	Measurement	Teknik Penskalaan
<i>Purchase Intention</i>	Keputusan konsumen untuk membeli barang atau jasa (Hao Kui)	PI3	Saya memprediksikan bahwa saya akan membeli lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") di <i>iTunes Store</i> di masa yang akan datang (Yi-Shun Wang, 2012)	Skala Likert 1-7
		PI4	Sangat memungkinkan bahwa saya akan membeli lagu Kotak (album " <i>Never Dies</i> ") melalui <i>iTunes Store</i> (Angela V. Hausman, 2008)	

3.6 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.6.1 Metode Analisis Data *Pretest* Menggunakan Faktor Analisis

Faktor analisis adalah teknik pengurangan indikator dan tahap meringkas data untuk menjadi lebih efisien (Malhotra, 2012). Faktor analisis digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antar indikator dan untuk melihat apakah indikator tersebut bisa mewakili sebuah variabel *latent*. Faktor analisis juga melihat apakah data yang kita dapat valid dan reliabel, selain itu dengan teknik faktor analisis dapat teridentifikasi apakah indikator dari setiap variabel menjadi satu kesatuan atau mereka memiliki persepsi yang berbeda (Malhotra, 2012).

Faktor analisis digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antar indikator dan untuk melihat apakah indikator tersebut bisa mewakili sebuah variabel *latent*. Faktor analisis juga melihat apakah data yang kita dapat valid dan reliabel, selain itu dengan teknik faktor analisis dapat teridentifikasi

apakah indikator dari setiap variabel menjadi satu kesatuan atau mereka memiliki persepsi yang berbeda (Malhotra, 2012).

3.6.1.1 Uji Validitas

Sebuah indikator dapat diketahui sah atau *valid* tidaknya melalui sebuah uji validitas (Malhotra, 2012). Suatu indikator dikatakan *valid* jika pernyataan indikator mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh indikator tersebut. Semakin tinggi validitas akan menunjukkan semakin sah atau *valid* sebuah penelitian. Jadi validitas mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat benar-benar dapat mengukur apa yang hendak diukur. Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan cara uji *factor analysis*. Adapun hal penting yang perlu diperhatikan dalam uji validitas dan pemeriksaan validitas yang terdapat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2 Uji Validitas

No.	Ukuran Validitas	Nilai Diisyaratkan
1	<i>Kaiser Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy</i> Merupakan sebuah indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan model analisis.	Nilai KMO ≥ 0.5 mengindikasikan bahwa analisis faktor telah memadai, sedangkan nilai KMO < 0.5 mengindikasikan analisis faktor tidak memadai. (Malhotra, 2012)
2	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i> Merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel-variabel tidak berkorelasi pada populasi. Dengan kata lain, mengindikasikan bahwa matriks korelasi adalah matriks identitas, yang mengindikasikan bahwa variabel-variabel dalam faktor bersifat <i>related</i> ($r = 1$) atau <i>unrelated</i> ($r = 0$).	Jika hasil uji nilai signifikan ≤ 0.05 menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel dan merupakan nilai yang diharapkan. (Malhotra, 2012)

3	Anti Image Matrices Untuk memprediksi apakah suatu variabel memiliki kesalahan terhadap variabel lain.	Memperhatikan 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 :
		Nilai MSA = 1, menandakan bahwa variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.
		Nilai MSA ≥ 0.50 menandakan bahwa variabel masih dapat diprediksi dan dapat dianalisis lebih lanjut.
		Nilai MSA ≤ 0.50 menandakan bahwa variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut. Perlu dikatakan pengulangan perhitungan analisis faktor dengan mengeluarkan indikator yang memiliki nilai MSA ≤ 0.50 . (Malhotra, 2012)
4	Factor Loading of Component Matrix Merupakan besarnya korelasi suatu indikator dengan faktor yang terbentuk. Tujuannya untuk menentukan validitas setiap indikator dalam mengkonstruksi setiap variabel.	Kriteria validitas suatu indikator itu dikatakan valid membentuk suatu faktor, jika memiliki <i>factor loading</i> sebesar 0.50 (Malhotra, 2012).

Sumber : Malhotra (2012)

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Sebuah penelitian dapat diketahui tingkat kehandalan melalui sebuah uji reliabilitas (Malhotra, 2012). Tingkat kehandalan dapat dilihat dari jawaban terhadap sebuah pernyataan yang konsisten dan stabil. Menurut Malhotra (2010) *cronbach alpha* merupakan ukuran dalam mengukur korelasi antar jawaban pernyataan dari suatu konstruk atau variabel dinilai reliabel jika *cronbach alpha* nilainya ≥ 0.6 .

3.6.2 Metode Analisis Data dengan *Structural Equation Model*

Pada penelitian ini data akan dianalisis dengan menggunakan metode *structural equation model* (SEM) yaitu merupakan sebuah teknik *statistic multivariate* yang menggabungkan beberapa aspek dalam regresi berganda yang bertujuan untuk menguji hubungan dependen dan analisis faktor yang menyajikan konsep faktor tidak terukur dengan variabel multi yang digunakan untuk memperkirakan serangkaian hubungan dependen yang saling mempengaruhi secara bersamaan (Hair *et al.*, 2010).

Teknik pengolahan data SEM pada penelitian ini menggunakan metode *confirmatory factor analysis* (CFA). Adapun prosedur dalam CFA yang membedakan dengan *exploratory factor analysis* (EFA) adalah model penelitian dibentuk terlebih dahulu, jumlah variabel ditentukan oleh analisis, pengaruh suatu variabel laten terhadap variabel indikator dapat ditetapkan sama dengan nol atau suatu konstanta, kesalahan pengukuran boleh berkorelasi, kovarian variabel-variabel laten dapat diestimasi atau ditetapkan pada nilai tertentu dan identifikasi parameter diperlukan (Wijanto, 2008).

Dalam melaksanakan prosedur *SEM*, diperlukan evaluasi terhadap tingkat kecocokan data dengan model, hal ini dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu (Wijanto, 2008):

1. Kecocokan keseluruhan model (*overall of fit*).

Tahap pertama dari uji kecocokan ini ditujukan untuk mengevaluasi secara umum derajat kecocokan atau *Goodness of fit* (*GOF*) antara data dengan

model. Menilai *GOF* suatu *SEM* secara menyeluruh (*overall*) tidak memiliki satu uji statistik terbaik yang dapat menjelaskan kekuatan prediksi model. Sebagai gantinya, para peneliti telah mengembangkan beberapa ukuran *GOF* yang dapat digunakan secara bersama-sama atau kombinasi.

Pengukuran secara kombinasi tersebut dapat dimanfaatkan untuk menilai kecocokan model dari tiga sudut pandang yaitu *overall fit* (kecocokan keseluruhan), *comparative fit base model* (kecocokan komparatif terhadap model dasar), dan *parsimony model* (model parsimoni). Dari hal tersebut, kemudian Hair *et al.* (2010) mengelompokkan *GOF* menjadi tiga bagian yaitu *absolute fit measure* (ukuran kecocokan mutlak), *incremental fit measure* (ukuran kecocokan *incremental*), dan *parsimonius fit measure* (ukuran kecocokan parsimoni).

Absolute fit measure (ukuran kecocokan mutlak) digunakan untuk menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matriks korelasi dan kovarian, *incremental fit measure* (ukuran kecocokan *incremental*) digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar (*baseline model*) yang sering disebut *null model* (model dengan semua korelasi di antara variabel nol) dan *parsimonius fit measure* (ukuran kecocokan parsimoni) yaitu model dengan parameter relatif sedikit dan *degree of freedom* relatif banyak. Adapun ringkasan uji kecocokan dan pemeriksaan kecocokan secara lebih rinci ditunjukkan pada tabel 3.3.

Tabel 3.3 Perbandingan Ukuran-ukuran *Goodness Of Fit* (GOF)

Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
<i>Absolute Fit Measure</i>		
<i>Chi – Square</i> <i>P</i>	Nilai yang kecil $p > 0.05$	<i>Good Fit</i>
<i>Non-Centraly Parameter (NCP)</i>	Nilai yang kecil Interval yang sempit	<i>Good Fit</i>
<i>Goodness-of-Fit Index (GFI)</i>	$GFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq GFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$GFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) (Hair et al, 2006)</i>	$SRMR \leq 0.08$	<i>Good Fit</i>
	$SRMR \geq 0.08$	<i>Poor Fit</i>
<i>Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	$RMSEA \leq 0.08$	<i>Good Fit</i>
	$0.08 \leq RMSEA \leq 0.10$	<i>Marginal Fit</i>
	$RMSEA \geq 0.10$	<i>Poor Fit</i>
<i>Expected Cross Validation Index (ECVI)</i>	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai <i>ECVI saturated</i>	<i>Good Fit</i>
<i>Incremental Fit Measure</i>		
<i>Tucker-Lewis Index atau Non-Normed Fit Index (TLI atau NNFI)</i>	$NNFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq NNFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$NNFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Normed Fit Index (NFI)</i>	$NFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq NFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$NFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Adjusted Goodness-of-Fit Index (AGFI)</i>	$AGFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq AGFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$AGFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Relative Fit Index (RFI)</i>	$RFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq RFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>

	$RFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Incremental Fit Index (IFI)</i>	$IFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq IFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$IFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Comparative Fit Index (CFI)</i>	$CFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq CFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$CFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Parsimonius Fit Measure</i>		
<i>Parsimonius Goodness of Fit Index (PGFI)</i>	$PGVI \geq 0.50$	<i>Good Fit</i>
<i>Akaike Information Criterion (AIC)</i>	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai <i>AIC saturated</i>	<i>Good Fit</i>
<i>Consistent Akaike Information Criterion (CAIC)</i>	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai <i>CAIC saturated</i>	<i>Good Fit</i>

Sumber : Wijanto (2008)

2. Kecocokan model pengukuran (*meurement model fit*)

Uji kecocokan model pengukuran akan dilakukan terhadap setiap hubungan antara sebuah variabel laten dengan beberapa variabel teramati / indikator melalui evaluasi terhadap validitas dan evaluasi terhadap reliabilitas (Wijanto, 2008).

a. Evaluasi terhadap validitas

Menurut Igbaria et al. (1997) dalam Wijanto (2008), suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya jika muatan faktor standar (*standarizer loading factor*) $\geq 0,50$ adalah *very significant*.

b. Evaluasi terhadap reliabilitas

Reliabilitas tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator mempunyai konsistensi tinggi dalam mengukur konstruk latennya. Untuk mengukur reliabilitas dalam SEM menggunakan *construct reliability* dan *variance extracted* dengan formula perhitungan sebagai berikut:

$$\mathbf{ConstructReliability} = \frac{(\sum \mathbf{std. loading})^2}{(\sum \mathbf{std. loading})^2 + \sum \mathbf{e}}$$

$$\mathbf{VarianceExtracted} = \frac{\sum \mathbf{std. loading}^2}{\sum \mathbf{std. loading}^2 + \sum \mathbf{e}}$$

Menurut Hair et al.(1998)dalam Wijanto (2008) *reliabilitas* konstruk dinyatakan baik jika nilai *construct reliability* ≥ 0.70 dan nilai *variance extracted* ≥ 0.50 .

1. Kecocokan model struktural (*structural model fit*)

Struktural model (*structural model*), disebut juga *latent variable relationship*. Persamaan umumnya adalah:

$$\eta = \gamma\xi + \zeta$$

$$\eta = B\eta + \Gamma\xi + \zeta$$

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:

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

b. Model pengukuran untuk variabel endogen (variabel tak bebas).

Persamaan umumnya:

$$Y = \Lambda_y \eta + \zeta$$

Persamaan diatas digunakan dengan asumsi:

1. ζ tidak berkorelasi dengan ξ .
2. ε tidak berkorelasi dengan η .
3. δ tidak berkorelasi dengan ξ .
4. ζ , ε , dan δ tidak saling berkorelasi (*mutually correlated*).
5. $\gamma - \beta$ adalah non singular.

Dimana notasi-notasi diatas memiliki arti sebagai berikut:

y = vektor variabel endogen yang dapat diamati.

x = vektor variabel eksogen yang dapat diamati.

η (eta) = vektor random dari variabel laten endogen.

ξ (ksi) = vektor random dari variabel laten eksogen.

ε (epsilon) = vektor kekeliruan pengukuran dalam y .

δ (delta) = vektor kekeliruan pengukuran dalam x .

Λ_y (lambda y) = matrik koefisien regresi y atas η .

Λ_x (lambda x) = matrik koefisien regresi y atas ξ .

γ (gamma) = matrik koefisien variabel ξ dalam persamaan struktural.

β (beta) = matrik koefisien variabel η dalam persamaan struktural.

ζ (zeta) = vektor kekeliruan persamaan dalam hubungan struktural antara η dan ξ .

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

1. Membentuk model teori sebagai dasar model *SEM* yang mempunyai justifikasi teoritis 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 (*structural 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. *Outliers*.
- d. *Multicolinierity* dan *singularity*.

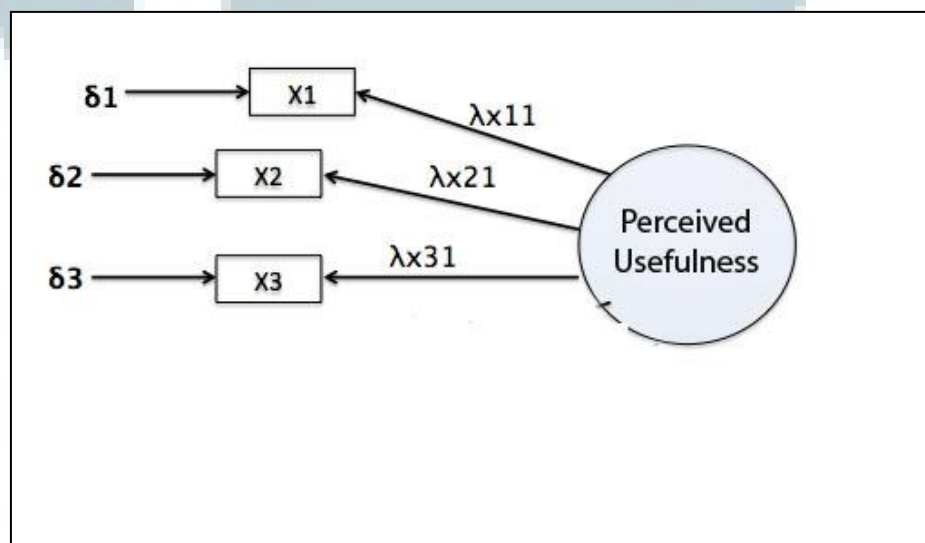
7. Menginterpretasikan hasil yang didapat dan mengubah model jika diperlukan.

3.6.3 Model Pengukuran

Dalam penelitian ini terdapat 6 (Enam) model pengukuran berdasarkan variabel yang diukur:

a. *Perceived Usefulness*

Model ini terdiri dari tiga pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1^{st} CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Usefulness*. Berdasarkan gambar 3.8, maka dibuat model pengukuran *Perceived Usefulness* sebagai berikut:

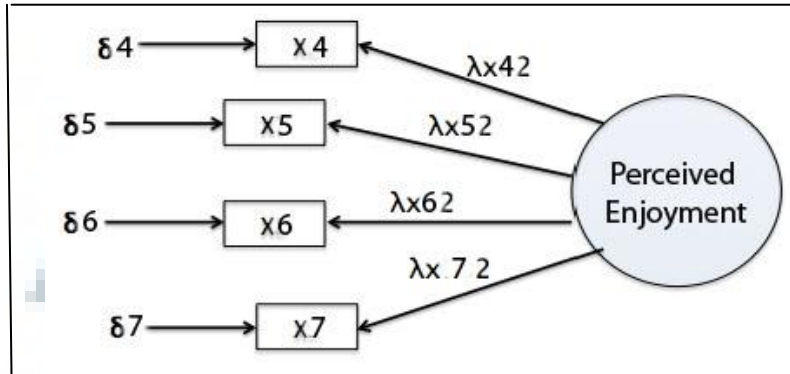


Gambar 3.8 Model Pengukuran *Perceived Usefulness*

b. *Perceived Enjoyment*

Model ini terdiri dari 4 pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1^{st} CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu

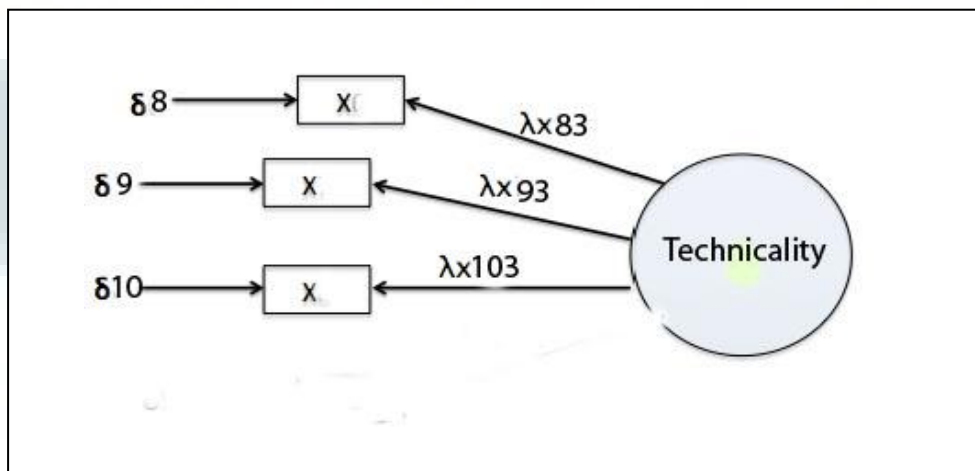
Perceived Enjoyment. Berdasarkan gambar 3.9, maka dibuat model pengukuran *Perceived Enjoyment* sebagai berikut:



Gambar 3.9 Model Pengukuran *Perceived Enjoyment*

c. *Technicality*

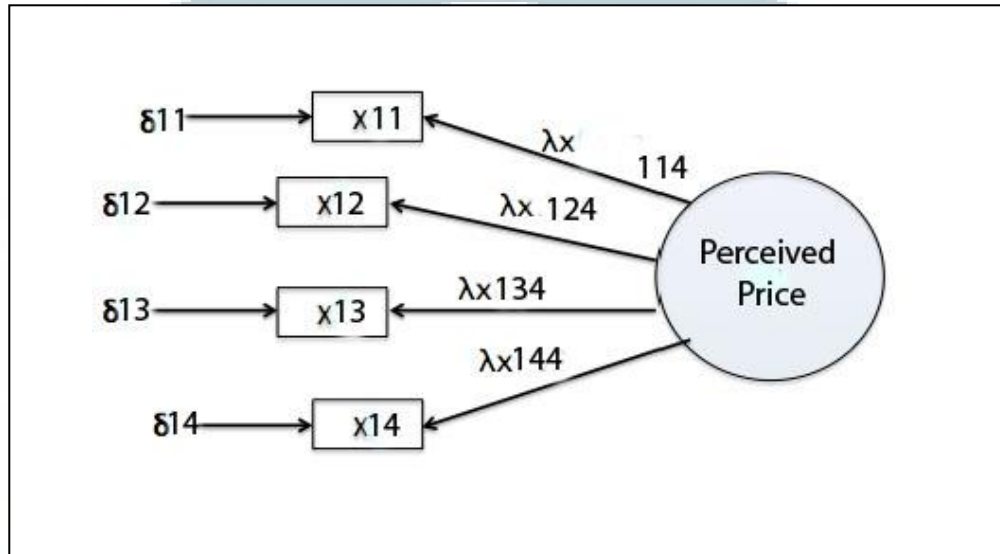
Model ini terdiri dari 3 pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Technicality*. Berdasarkan gambar 3.10, maka dibuat model pengukuran *Technicality* sebagai berikut:



Gambar 3.10 Model Pengukuran *Technicality*

d. *Perceived Price*

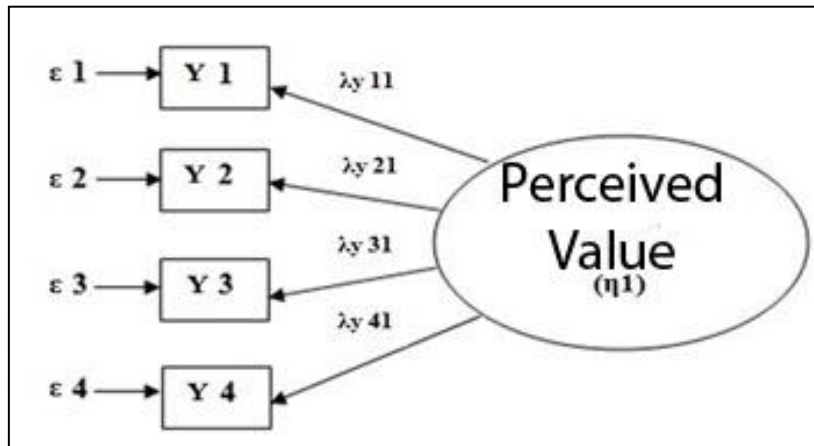
Model ini terdiri dari 4 pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Price*. Berdasarkan gambar 3.11, maka dibuat model pengukuran *Perceived Price* sebagai berikut:



Gambar 3.11 Model Pengukuran *Perceived Price*

e. *Perceived Value*

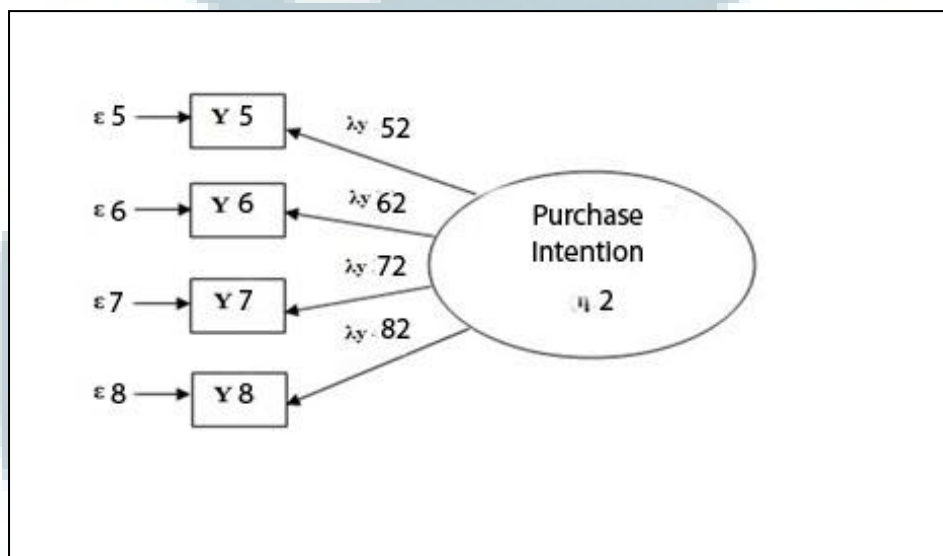
Model ini terdiri dari 4 pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Value*. Berdasarkan gambar 3.12, maka dibuat model pengukuran *Perceived Value* sebagai berikut:



Gambar 3.12 Model Pengukuran *Perceived Value*

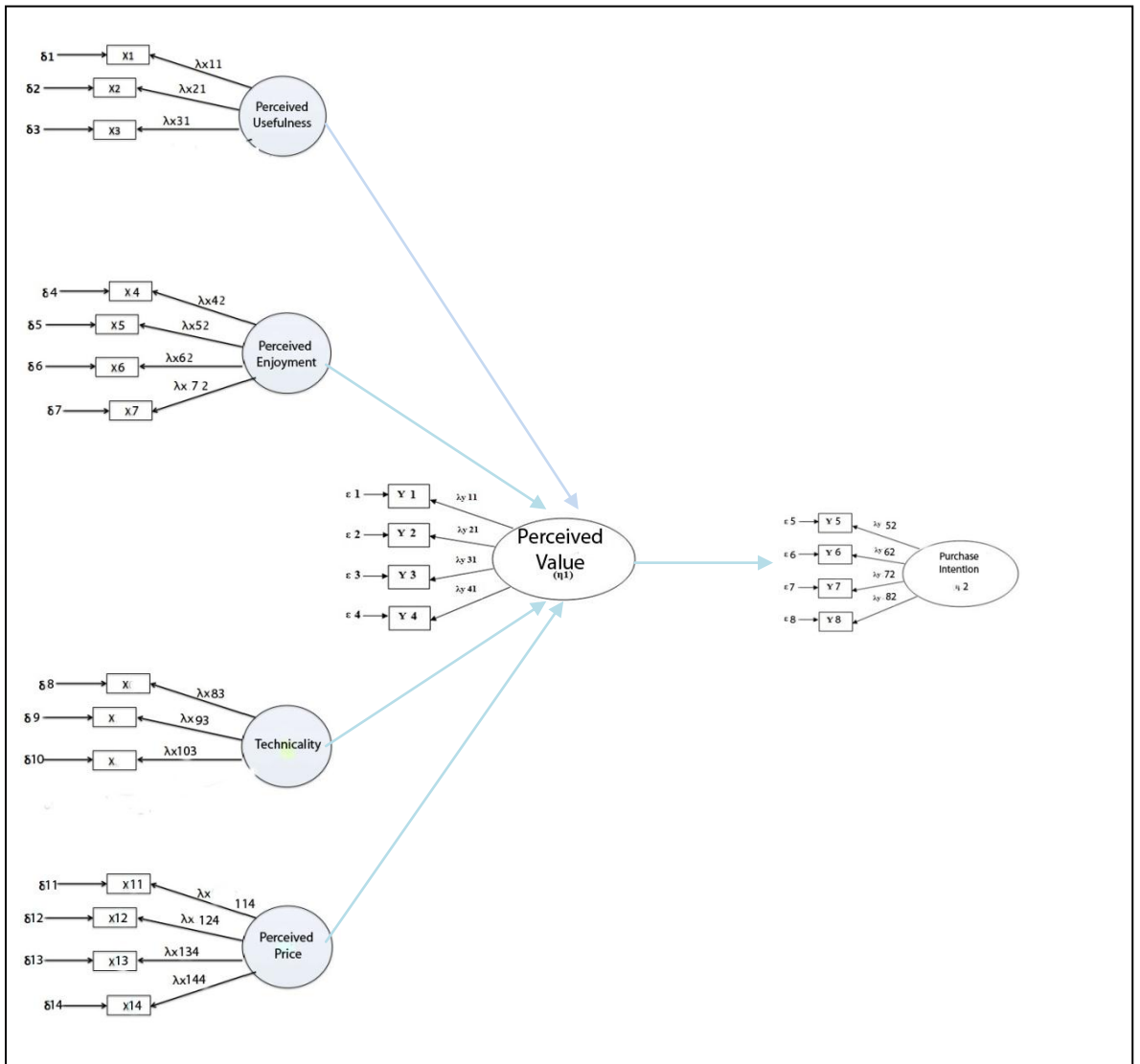
f. Purchase Intention

Model ini terdiri dari 4 pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Value*. Berdasarkan gambar 3.13, maka dibuat model pengukuran *Perceived Value* sebagai berikut:



Gambar 3.13 Model Pengukuran *Purchase Intention*

3.6.4 Model Keseluruhan penelitian (path diagram)



Gambar 3.14 Model Keseluruhan Penelitian (path diagram)

