



### **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

Sony Corporation adalah salah satu nama perusahaan yang paling terkenal dalam kebutuhan elektronik konsumen dan menempati posisi kedua di seluruh dunia dalam bidang elektronik dibelakang Matsushita Electric Corporation. Sejak didirikan tak lama setelah Perang Dunia II, Sony telah memperkenalkan produk revolusioner, termasuk radio transistor, televisi Trinitron, Betamax VCR, CD player, Walkman alat pemutar kaset yang dapat di bawa kemana saja, dan konsol *game* Playstation. segmen elektronik perusahaan - yang meliputi produk audio dan video, televisi, komputer pribadi, monitor, peripheral komputer, perangkat telekomunikasi, dan komponen elektronik (seperti semikonduktor) menghasilkan sekitar dua-pertiga dari pendapatan. Salah satu produk yang dipasarkan sony saat ini adalah Sony Playstation yang menawarkan konsumennya untuk dapat bermain *game* melalui konsol tersebut. Sektor *video games* yang diproduksi oleh Sony juga membawa keuntungan yang cukup besar, terlebih lagi industri *game* saat ini memiliki potensi yang sangat besar untuk dapat dikembangkan.

The image shows the Sony logo, which consists of the word "SONY" in a bold, white, sans-serif font centered on a black rectangular background.

Sumber : Sony.com

Gambar 3.1 Logo Sony

Sony memasuki pasar video *game* secara tiba-tiba di pertengahan 1990-an. Perkembangan Sony PlayStation benar-benar dimulai pada akhir 1980-an sebagai proyek bersama dengan raksasa *game* Nintendo Co, Ltd. Nintendo telah setuju untuk membantu mengembangkan konsol *game* baru yang akan menggabungkan kemampuan grafis dari komputer workstation dengan Sony CD ROM drive, tetapi kemudian ditarik keluar dari proyek pada tahun 1992. Sony memutuskan untuk mengembangkan mesin barunya sendiri, yaitu memperkenalkan 32-bit Playstation untuk pasar Jepang pada tahun 1994 dan di pasar Amerika Serikat satu tahun kemudian. hal Itu merupakan sebuah kesuksesan yang besar, sebagian karena ratusan *software* yang cepat tersedia untuk konsol sehingga konsumen dapat langsung menggunakannya berkat kemampuan Sony untuk menarik berbagai pengembang di Jepang dan di Amerika Serikat untuk membuat *game* untuk PlayStation. Pada tahun 1998, PlayStation telah meraih sekitar 40 persen pasar *game* di seluruh dunia, dan Unit permainan Sony, Sony Computer Entertainment, menyumbang 10 persen dari pendapatan perusahaan di seluruh dunia dan 22,5 persen kerugian dari pendapatan operasional. Sony telah

mengembangkan sektor konsol *game* hingga generasi terbarunya yaitu Playstation 4, dimana konsol ini memiliki spesifikasi yang cukup tinggi untuk dapat memainkan *game – game* yang mempunyai kualitas tinggi.



Sumber : Playstation.com

Gambar 3.2 Konsol Playstation 4

Konsol Playstation 4 ini dikembangkan oleh sony untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan sebuah *game* yang berkualitas tinggi sehingga untuk konsol playstation 4 banyak terobosan sony untuk terus melakukan inovasi. Inovasi yang dimaksud adalah seperti jenis *game* yang unik, serta perangkat keras yang mendukung orang dalam bermain *game* menggunakan playstation 4. Ada banyak perangkat keras yang dihadirkan sony untuk memenuhi kebutuhan bermain *game*, contohnya seperti Playstation Move, Playstation Camera, dan terobosan sony yang paling baru dan dapat mendobrak industri *game* berbasis konsol yaitu Playstation VR. VR atau *virtual reality* diartikan sebagai teknologi yang memungkinkan pengguna dapat berinteraksi dengan suatu

lingkungan berdimensi 3 yang disimulasikan oleh komputer terhadap suatu objek nyata atau imajinasi, sehingga membuat penggunanya seolah-olah terlibat secara fisik dengan lingkungan tersebut (Admin, 2016). Berbasis teknologi tersebut sony menghadirkan Playstation VR dimana ini merupakan perangkat keras khususnya untuk penggunaan bersama playstation 4, alat ini berupa kacamata besar yang didalamnya terdapat layar besar untuk menampilkan tampilan grafis yang dihasilkan oleh perangkat keras dipadu dengan perangkat lunak yang mengolahnya.

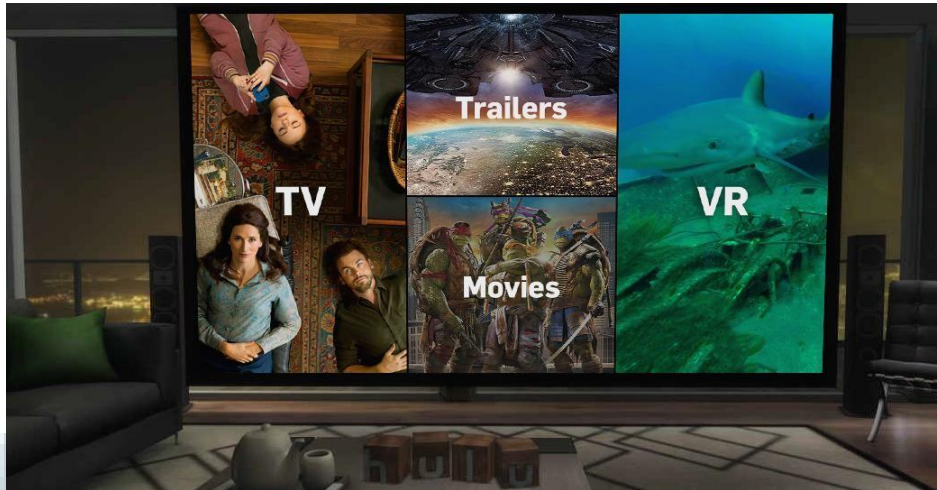


Sumber : Mirror.co.uk

Gambar 3.3 Playstation VR

Sony menyiapkan berbagai konten yang akan dihadirkan khusus untuk playstation VR guna untuk menopang kebutuhan bermain *game* yang semakin meningkat dan juga kebutuhan akan kualitas yang semakin baik pula. Konten – konten yang dihadirkan dalam Playstation VR juga beragam yaitu salah satunya dapat menonton film, aplikasi yang menawarkan penggunanya untuk dapat menikmati fitur dari playstation VR dan menikmati serunya penggunaan

playstation VR yang tidak hanya selalu digunakan untuk bermain *game*, lalu konten lainnya yang akan rilis di masa mendatang.



Sumber : vrheads.com

Gambar 3.4 VR content

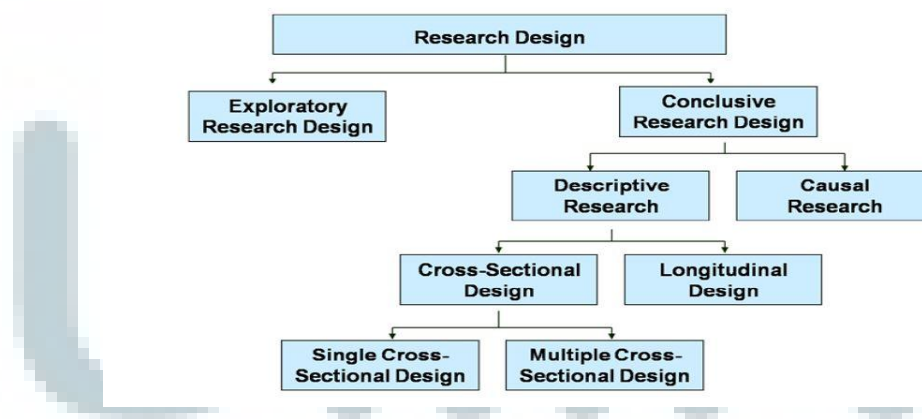
Lalu tujuan utama penggunaan Playstation VR adalah untuk bermain *game* yang diintegrasikan dengan konsol Playstation 4, beberapa *game* yang ditawarkan oleh sony playstation yang merupakan *top 10 playstation VR games* (Porter, 2016) yaitu Star Wars: Battlefront - X-Wing VR Mission, Rez Infinite, Batman: Arkham VR, PlayStation VR Worlds, Battlezone, The Playroom VR, SUPERHYPERCUBE. Dengan hadirnya Playstation VR ini sony sangat antusias para penggemar sony playstation akan menerima produk ini dengan baik. Kegunaan dan kenyamanan penggunaan Playstation VR ini menjadi target utama sony dalam memenuhi kebutuhan bermain *game* yang semakin meningkat, oleh sebab itu sony memantapkan *project* terdahulunya yang bernama *project morpheus* menjadi sesuatu yang nyata yang dapat langsung dinikmati oleh konsumennya yaitu Playstation VR.

### 3.2 Jenis dan Desain Penelitian

Menurut Malhotra (2010), desain penelitian adalah kerangka atau *blueprint* untuk melaksanakan proyek riset pemasaran yang menjelaskan secara spesifik prosedur yang dilakukan untuk bisa mendapatkan informasi yang diperlukan dalam riset pemasaran.

#### 3.2.1 Jenis Penelitian

Terdapat dua jenis *research design* (jenis penelitian) yaitu *exploratory research design* dan *conclusive research design* (Malhotra, 2010). *Exploratory research design* adalah metodologi penelitian eksploratif berdasarkan jumlah sampel yang kecil yang bertujuan untuk memberikan pandangan dan pengertian yang lebih mendalam pada suatu masalah. *Conclusive research design* adalah metodologi penelitian yang memiliki tujuan utama untuk membantu pengambil keputusan dalam memilih, mengevaluasi, dan menentukan tindakan terbaik dalam situasi tertentu (Malhotra, 2010).



Sumber : Malhotra, 2010

Gambar 3.5 *Research Design* (Jenis Penelitian)

Adapun Perbedaan antar jenis penelitian dibagi menjadi 2 yaitu *explanatory research design* dan *conclusive research design*. Penjelasan lebih rinci terdapat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 3.1 Perbandingan *explanatory research* dengan *conclusive research*

	<b>Exploratory Research</b>	<b>Conclusive Research</b>
<b>Objective</b>	Untuk memberikan wawasan dan pemahaman	Untuk menguji secara spesifik hipotesis dan hubungan antar variabel
<b>Characteristics</b>	Informasi yang dibutuhkan bebas, proses penelitan flexible dan tidak terstruktur, sample kecil dan tidak mewakili populasi secara keseluruhan, dan analisis data primer secara kualitatif	Informasi yang dibutuhkan jelas, proses penelitian terstruktur, sample besar dan dapat mewakili populasi secara keseluruhan, analisis data secara kuantitatif
<b>Finding/results</b>	Tentative	Conclusive
<b>Outcome</b>	Hasil penelitian diikuti dengan explorasi dan riset konklusif lebih lanjut	Hasil penelitian digunakan sebagai input untuk pengambilan keputusan

Sumber : Malhotra, 2010

Dalam penelitian *conclusive*, terdapat *descriptive research* dan *causal research*. *Descriptive research* adalah riset yang bertujuan untuk mendeskripsikan sesuatu baik karakter maupun fungsi pasar (Malholtra, 2010). Sedangkan *causal research* adalah riset yang tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan suatu bukti dari hubungan sebab akibat (Malhotra, 2010). Dalam penelitan *descriptive*, digunakan metode survey dan observasi untuk pengumpulan data (Malhotra, 2010). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *descriptive research* yang mana termasuk dalam *conclusive research* karena peneliti ingin menggambarkan



keinginan para *gamers* dalam pasar *game* konsol yang terjadi saat ini dan peneliti menggunakan kuisioner untuk mendapatkan sampel lalu yang pada akhirnya akan digunakan untuk pengambilan keputusan setelah melakukan olah data.

*Descriptive research* menurut Malhotra (2010) terbagi menjadi dua, yaitu *cross sectional* dan *longitudinal design*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *cross sectional design* dimana metode ini terbagi lagi menjadi dua, yaitu *single cross sectional design* dan *multiple cross sectional design*. *Single cross sectional design* adalah metode pengumpulan data yang dilakukan responden untuk satu waktu. Sedangkan *multiple cross sectional design* menggunakan sampel dan waktu yang berbeda. Dalam hal ini, penulis menggunakan *single cross sectional design* untuk menarik kesimpulan dari data yang terkumpul, dengan pengumpulan informasi dari responden dilakukan satu kali dalam satu waktu tertentu.

### **3.3 Ruang Lingkup Penelitian**

#### **3.3.1 Target Populasi**

Populasi menurut Malholtra (2010), adalah kumpulan dari semua elemen dari beberapa rangkaian umum sebuah karakteristik untuk tujuan permasalahan dalam penelitian pemasaran. Untuk mengetahui ruang lingkup yang ada didalam populasi maka ada 2 parameternya yaitu *sample* atau *census* (Malholtra, 2010). *Sample* adalah sebuah unit subkelompok dari elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi didalam studi, sedangkan *census* adalah sebuah elemen dari populasi atau objek studi yang lengkap (Malholtra, 2010). Target populasi sendiri adalah kumpulan dari elemen atau objek yang memiliki informasi yang

dicari dan kesimpulan mana yang harus dilakukan yang oleh peneliti (Malholtra, 2010). *Target* dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

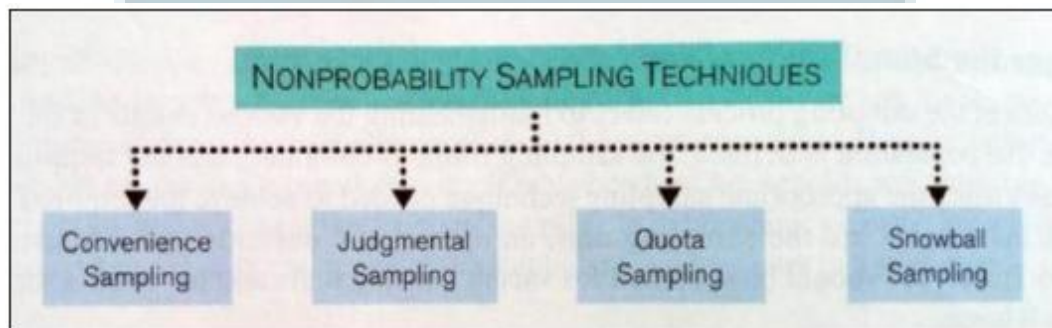
- a) Pengguna dan pemilik konsol Playstation 4
- b) Pernah mencoba atau mengetahui tentang produk playstation VR
- c) Pernah membaca *review* tentang Playstation VR

*Sampling unit* adalah orang-orang yang memiliki karakteristik sama dengan *element* yang akan dijadikan sampel dalam penelitian (Malhotra, 2010). Berdasarkan *element* penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, *sampling unit* pada penelitian ini adalah pengguna sekaligus pemilik konsol Playstation 4, pernah mencoba atau mengetahui tentang Playstation VR, pernah membaca *review* tentang Playstation VR

### **3.3.2 Sampling Techniques**

*Sampling* adalah proses pengambilan jumlah yang cukup dari elemen populasi, sehingga hasil dari analisa pengambilan jumlah tersebut dapat menggambarkan keadaan populasi secara garis besar (Malhotra, 2010). Menurut Malhotra (2010), dalam teknik pengambilan sampel dapat dikelompokkan menjadi *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* adalah dimana setiap bagian dari populasi memiliki peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel (Malhotra, 2010). *Non probability sampling* menurut Malhotra (2010) adalah teknik *sampling* dimana tidak semua bagian dari populasi memiliki peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel, tetapi responden dipilih berdasarkan penilaian pribadi dan kemudahan peneliti dalam

mengambil sampel. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* karena tidak semua anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi responden dikarenakan peneliti tidak memiliki *sampling frame*. *Sampling frame* adalah Representasi unsur-unsur target populasi. Hal ini terdiri dari daftar atau serangkaian arahan untuk mengidentifikasi target populasi (Malhotra, 2010). Menurut Malhotra (2010), *non probability sampling* memiliki 4 teknik yang bisa digunakan.



Sumber : Malhotra, 2010

Gambar 3.6 Teknik *non probability sampling*

*Convenience Sampling* adalah teknik *sampling* yang bergantung pada kenyamanan peneliti dalam pencarian sampel. Teknik ini dapat memberikan kemudahan pada peneliti karena peneliti bisa mengumpulkan sampel dengan cepat dengan biaya yang murah (Malhotra, 2010).

*Judgemental Sampling* adalah suatu bentuk dari *convenience sampling* dengan elemen populasi tertentu yang dipilih berdasarkan kriteria dan pertimbangan yang peneliti tentukan (Malhotra, 2010).

*Quota Sampling* yaitu teknik *non probability sampling* yang terdiri dari 2 tahap. Tahap pertama adalah menentukan kuota dari masing-masing elemen

populasi. Tahap kedua adalah mengambil sampel dari kuota yang telah diambil berdasarkan teknik *convenience* maupun *judgemental* (Malhotra, 2010).

*Snowball Sampling* merupakan teknik *sampling* yang didasarkan pada referensi para responden. Responden diminta untuk mereferensikan orang lain yang memenuhi kriteria sebagai responden setelah melakukan *interview* (Malhotra, 2010).

Penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *judgemental sampling*. *Judgmental sampling* digunakan karena peneliti menerapkan beberapa screening untuk menyesuaikan profil responden dengan kriteria yang dicari oleh peneliti. Penggunaan *judgemental sampling* menerapkan kriteria / *screening* yang lebih spesifik dibandingkan dengan *convenience sampling*. Poin – poin screening yang peneliti terapkan dalam memilih responden dapat dilihat pada element *sampling* yang telah dijelaskan sebelumnya.

### **3.3.3 Sampling Size**

Menurut Malholtra (2010), *sample size* adalah jumlah elemen yang harus diserahkan dalam penelitian. Pada pre-test sampel penelitian sebanyak 30 sampel tentunya penentuan ini berdasarkan pada lima atau lebih dikalikan dengan jumlah yang ingin teliti (*measurement*) (Hair et al. 2010). Penentuan banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya jumlah item pertanyaan yang digunakan pada kuisioner, dengan mengasumsikan  $n \times 5-10$  observation per variabel dimana N merupakan jumlah *measurement* / pertanyaan pengukuran. Dalam penelitian ini jumlah pertanyaan adalah 25 *measurement* yang digunakan

untuk mengukur 6 variabel, sehingga minimum sampling size adalah: 25 x 5 *observation per variabel (measurement)*, yaitu 125 responden.

### **3.3.4 Sampling Process**

#### **3.3.4.1 Data Riset**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Malhotra (2010), data primer adalah data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti untuk tujuan spesifik yang mengarah pada objek penelitian. Data sekunder/*secondary data* adalah data yang sebelumnya telah dikumpulkan untuk beberapa tujuan selain dari tujuan sekarang yang sangat relevan dengan penelitian saat ini (Zikmund et al 2013). Dalam penelitian ini, data primer didapat langsung dari responden yang mengisi kuisisioner tentang Playstation VR yang mana merupakan para pemain Playstation 4 dan data sekunder didapat melalui penelitian – penelitian terdahulu.

#### **3.3.4.2 Cara Pengumpulan Data**

Sumber data utama yang digunakan untuk menentukan hasil penelitian adalah data primer yang dikumpulkan melalui survey kepada responden. Karena penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, pengumpulan data dilakukan dengan kuisisioner yang disebar secara acak. Sebelumnya, pre-test terlebih dahulu dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas *measurement* pada kuisisioner. 30 kuisisioner telah disebar terlebih dahulu untuk melakukan pre-test, dimana pre-test ini dilakukan untuk melihat validitas dan realibilitas dari data yang sudah di dapat. Kuisisioner yang telah

melewati uji validitas dan reliabilitas kemudian disebar secara *online* menggunakan sebuah fitur yang ditawarkan oleh google yaitu *Google Form*.

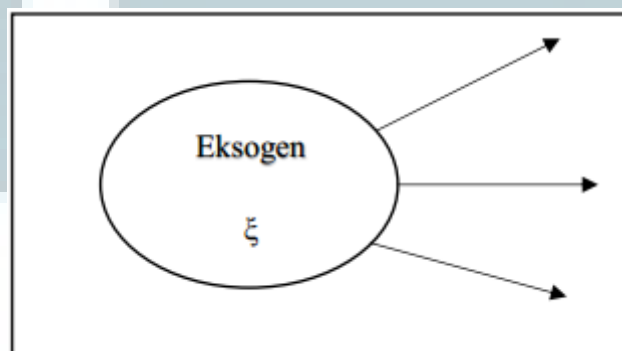
### 3.3.4.3 Prosedur Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data menggunakan metode *single cross sectional*, yang menurut Malholtra (2010), merupakan pengumpulan data dari sampel tertentu yang hanya dilakukan satu kali. kegiatan pengumpulan data dilakukan dari satu responden hanya untuk satu waktu saja. Pengumpulan data primer dilakukan baik secara *online* maupun *offline*. Secara *offline*, peneliti akan meminta secara personal kepada responden yang memenuhi kriteria untuk mengisi kuesioner. Peneliti memperkenalkan diri, memberikan penjelasan mengenai penelitian yang sedang dilakukan. Setelah itu, peneliti melakukan screening untuk memastikan calon responden masuk dalam target populasi. Responden yang memenuhi kriteria kemudian diminta untuk mengisi kuesioner setelah sebelumnya dijelaskan terlebih dahulu mengenai petunjuk pengisian. Pengumpulan data primer secara *online* dilakukan dengan mengirimkan *link* formulir kuesioner yang dibuat pada *Google Form*. *Link* disebar melalui beberapa media, yaitu Line, Facebook, dan Kaskus. Melalui Line, penulis menyebarkan ke *personal chat*, *group chat*, hingga *timeline*. Melalui Facebook, penulis menyebarkan ke *timeline* dan *group-group* komunitas Playstation 4 Indonesia. Melalui Kaskus, penulis menyebarkan ke *official thread* komunitas Playstation VR Indonesia. Hanya responden yang memenuhi screening yang akan digunakan datanya. Adapun link kuesioner yang disebar oleh peneliti adalah <http://goo.gl/forms/yBzoidoknP81ZNTA3>

### 3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

#### 3.4.1 Variabel Eksogen

Variabel Eksogen adalah *construct* yang tidak dijelaskan oleh *construct(s)* lain, atau tidak ada hipotesis yang mempengaruhi *construct* ini. Notasi matematik dari variabel laten eksogen adalah huruf Yunani  $\xi$  (“ksi”) (Hair et al., 2010). Variabel eksogen digambarkan sebagai lingkaran dengan anak panah yang menuju keluar. Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel eksogen adalah, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived price*, *product review*. Berikut adalah gambar dari variabel eksogen:



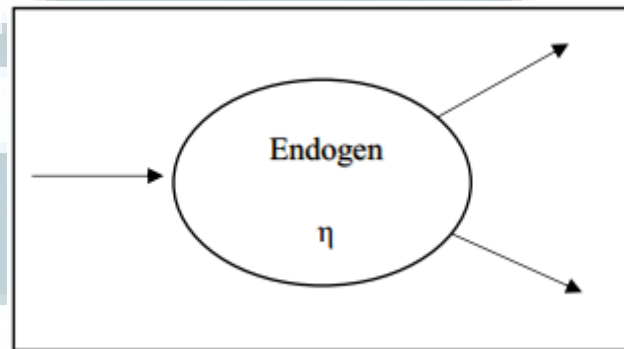
Sumber : Hair et al., 2010

Gambar 3.7 Variabel Eksogen

#### 3.4.2 Variabel Endogen

Variabel Endogen merupakan *construct* yang dipengaruhi oleh *construct(s)* lainnya di dalam model. Notasi matematik dari variabel laten endogen adalah  $\eta$  (“eta”) (Hair et al., 2010). Variabel endogen digambarkan sebagai lingkaran

dengan setidaknya memiliki satu anak panah yang mengarah pada variabel tersebut. Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel endogen adalah *Attitude toward Playstation VR* dan *purchase intention*. Berikut adalah gambar variabel eksogen



Sumber : Hair et al., 2010

Gambar 3.8 Variabel Endogen

### 3.4.3 Variabel Teramati

Variabel teramati (*observed variable*) atau variabel terukur (*measured variable*) adalah variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris, dan dapat disebut juga sebagai indikator. Pada metode survey menggunakan kuesioner, setiap pertanyaan atau *measurement* pada kuesioner mewakili sebuah variabel teramati. Simbol diagram dari variabel teramati adalah bujur sangkar / kotak ataupersegi empat panjang (Hair et al., 2010). Pada penelitian ini, terdapat total 25 pertanyaan pada kuesioner, sehingga jumlah variabel teramati dalam penelitian ini adalah 25 indikator.



### 3.5 Definisi Operasional

Dalam mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian diperlukan indikator-indikator yang sesuai untuk mengukur variabel tersebut secara akurat. Indikator tersebut juga berguna untuk menghindari kesalahpahaman dalam mendefinisikan variabel-variabel yang digunakan. Definisi operasional dapat dilihat dalam tabel 3.3 di halaman berikut

Tabel 3.2 Tabel Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Kode	Skala	Sumber
Perceived Usefulness (+)	<p><i>(the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance)</i></p> <p>Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan</p>	1. PSVR membuat bermain game menjadi tidak membosankan ( <i>It enables me to satisfy the purpose of playing game easier</i> )	PU1	7 Likert scale	(Hsu, 2004)
		2. PSVR dapat memainkan banyak jenis game	PU2	7 Likert scale	Peneliti
		3. PSVR membuat	PU3	7	Peneliti

Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Kode	Skala	Sumber
	meningkatkan kinerja pekerjaannya  (Davis, 1989)	bermain <i>game</i> menjadi lebih seru  4. PSVR memberikan saya pengalaman baru dalam bermain <i>game</i>		Likert scale  7 Likert scale	
Perceived Ease of Use (+)	<i>(The degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort)</i>  Tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan lebih mudah	1. Mudah bagi saya untuk menjadi terampil bermain menggunakan PSVR ( <i>It is easy for me to become skillful at playing on-line game.</i> )  2. Penggunaan PSVR mudah dimengerti ( <i>Using a PSVR is clear and understandable</i> )	PEOU  1  PEOU 2	7 Likert scale  7 Likert scale	(Hsu, 2004)  (Hsu, 2004)

Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Kode	Skala	Sumber
	(Davis, 1989)	3. PSVR mudah digunakan untuk bermain <i>game</i> (It is easy to play)	PEOU 3	7 Likert scale	(Hsu, 2004)
		4. penggunaan PSVR tidak membingungkan ( <i>Using a PSVR does not require a lot of mental effort</i> )	PEOU 4	7 Likert scale	(Hsu, 2004)
<i>Perceived Price</i> (+)	<i>(what is given up or sacrificed to obtain a product)</i>  (zeithaml, 1988)  Apa yang diberikan atau dikorbankan oleh konsumen untuk	1. harga PSVR telah sesuai dengan kualitasnya	PP1	7 Likert scale	Peneliti
		2. harga PSVR masuk akal ( <i>The price charged by XYZ is reasonable</i> )	PP2	7 Likert scale	(Oh, 2000)
		3. Harga PSVR tidak terlalu	PP3	7 Likert	(Oh, 2000)

Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Kode	Skala	Sumber
	mendapatkan sebuah produk	mahal sebagai alat untuk bermain <i>game</i> ( <i>The price charged by XYZ is not pricey at all</i> )		scale	
		4. Harga PSVR sesuai dengan <i>budget</i> yang saya miliki	PP4	7 Likert scale	Peneliti
<i>Product Review (+)</i>	( <i>provide potential buyers relevant information on the usage experience and product features of the target product; such knowledge facilitates the purchase decision process</i> ).	1. <i>Review</i> mengenai PSVR sangat membantu dalam menilai kualitasnya ( <i>the product review is very helpful in judging the quality of the product</i> )	PR1	7 Likert scale	(Mudambi and Schuff, 2010)
		2. <i>Review</i> mengenai PSVR membantu	PR2	7 Likert	(Mudambi and Schuff,

Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Kode	Skala	Sumber
	(Mudambi and Schuff, 2010) Memberikan informasi yang relevan pada calon pembeli berdasarkan pengalaman penggunaan dan fitur dari produk tersebut, memberikan pengetahuan yang mempengaruhi keputusan pembelian	saya mengenal fitur – fitur yang ditawarkan <i>(the product review helps me familiarize myself with the product)</i>		scale	2010)
		3. <i>Review</i> mengenai PSVR membuat saya lebih mengerti penggunaannya	PR3	7 Likert scale	Peneliti
		4. <i>Review</i> mengenai PSVR membantu saya untuk mengevaluasi produk tersebut <i>(the product review helps me on the overall evaluation of the product)</i>	PR4	7 Likert scale	(Mudambi and Schuff, 2010)

Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Kode	Skala	Sumber
		5. <i>Review</i> mengenai PSVR berguna untuk saya	PR5		Peneliti
<i>Attitude Towards Product</i>	<i>(Attitude refers to a relatively persistent and consistent behavioral inclination of individuals based on their recognition and likes and dislikes of people, event objects and the environment)</i>  (Olson and Zanna, 1993)  Kecenderungan perilaku individu	1. Saya merasa senang ketika bermain menggunakan Playstation VR ( <i>I feel good about playing an on-line game</i> )	ATT1	7  Likert scale	(Hsu, 2004)
		2. Saya merasa PSVR memiliki kemampuan untuk menunjang kebutuhan bermain <i>game</i>	ATT2	7  Likert scale	Peneliti
		3. Saya merasa Playstation VR memiliki potensi yang besar	ATT3	7  Likert scale	Peneliti
		4. Saya suka dengan	ATT4	7	Peneliti

Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Kode	Skala	Sumber
	berdasarkan pengakuan dan kesadaran mereka dan suka /tidak suka dengan orang, benda dan lingkungan	produk Playstation VR		Likert scale	
<i>Purchase Intentions</i>	<i>(The extent a consumer is willing to purchase the product in the near future) (before/after exposed to online reviews)</i>	1. Saya akan membeli PSVR setelah melihat spesifikasi nya <i>(Based on this product description, it is likely that i will buy this product)</i>	PI1	7 Likert scale	(Xu et al, 2015)
	(Jiang et al. 2007a) Sejauh mana konsumen bersedia untuk membeli	2. Saya akan membeli Playstation VR setelah melewati beberapa	PI2	7 Likert scale	(Xu et al, 2015)

Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Kode	Skala	Sumber
	produk dalam waktu dekat	pertimbangan (Dari segi Harga, Kualitas, Spesifikasi, <i>Game - game</i> yang ditawarkan, dll) ( <i>After all consideration, maybe i will buy this product</i> )			
		3. Saya memiliki keinginan yang tinggi untuk membeli PSVR	PI3	7 Likert scale	Peneliti
		4. Saya berencana membeli PSVR di masa mendatang ( <i>I intend to purchase this product/brand in</i>	PI4	7 Likert scale	(Xu et al, 2015)



Variabel	Definisi Operasional	<i>Measurement</i>	Kode	Skala	Sumber
		<i>the future)</i>			

### 3.6 Teknik Analisis

#### 3.6.1 Uji Instrumen

Pengumpulan data pre-test primer pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Oleh karena itu, kuesioner sebagai alat ukur utama pada penelitian ini merupakan faktor utama untuk dapat melakukan olah data. Sehingga diperlukan alat ukur yang tepat, dapat diandalkan dan konsisten. Untuk menjamin ketepatan dan konsistensi kuesioner, perlu dilakukan uji validitas serta uji reliabilitas terhadap kuesioner.

##### 3.6.1.1 Uji Validitas

Dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur (*measurement*) yang digunakan benar-benar mengukur apa yang ingin diukur (*variable*) (Malhotra, 2010). Dalam penelitian ini, uji validitas akan dilakukan dengan melakukan teknik *Factor Analysis* (Baumgartner & Homburg, 1995) dan diuji dengan menggunakan *software* SPSS. Suatu alat ukur dinyatakan valid dengan metode *factor analysis*, ketika syarat-syarat berikut terpenuhi:

- a. Nilai  $KMO \geq 0.5$  maka dinyatakan *measurement* memadai, sedangkan angka  $KMO \leq 0.5$  maka dinyatakan *measurement* belum memadai (Malhotra, 2010)

- b. Sig. < 0.05. Nilai *significant* pada Bartlett's test yang kurang dari 0.05 menunjukkan adanya korelasi yang cukup antar variabel (Hair et al., 2010).
- c. Nilai *Measure of Sampling Adequacy* (MSA)  $\geq 0.5$ , baik secara keseluruhan t st maupun *individual variable*. variabel yang memiliki nilai kurang dari 0.5 harus dihilangkan dari factor analysis satu per satu, dimulai dari variabel dengan nilai terendah (Hair et al., 2010).
- d. *Factor loadings* atau hasil *component matrix* memiliki nilai  $\geq 0.5$  (Hair et al., 2010).

### 3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Definisi faktor analisis menurut Malhotra (2010) adalah sebuah teknik pengurangan *indicator* yang digunakan sehingga menjadi lebih efisien. Dengan dilakukan faktor analisis ini, maka akan terlihat ada atau tidaknya sebuah hubungan atau korelasi antar indikator dalam penelitian ini, dan dapat dilihat juga apakah indikator tersebut dapat mewakili variabel-variabel *latent*. Dengan menggunakan faktor analisis, maka dapat diketahui apakah data yang ada valid atau tidak valid dan reliabel atau tidak reliabel.

### 3.6.2 Metode Analisis Data dengan *Structural Equation Model* (SEM)

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode *structural equation mode* (SEM), yang dimana metode ini merupakan teknik statistik *multi-variable* yang menggabungkan beberapa aspek pada regresi berganda sehingga dapat

membantu menguji hubungan dependen dan analisis faktor-faktor dengan konsep faktor tidak terukur dengan *multi-variable* yang digunakan untuk memprediksi hubungan dari dependen yang saling berhubungan tersebut (Hair et al., 2010)

Analisis hasil penelitian ini menggunakan metode SEM karena dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian yang memiliki lebih dari 1 variabel endogen sehingga dibutuhkan SEM untuk menganalisis hubungan hipotesis. *Software* yang digunakan untuk melakukan uji validitas, uji realibilitas, dan uji hipotesis penelitian menggunakan Lisrel versi 8.8. Maka dari itu, persamaan umumnya adalah:

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

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

Dimana:

$\eta$  (eta) = Vektor *random* dai variabel laten endogen

$\gamma$  (gamma) = matrik koefisien variabel  $\xi$  dalam persamaan sktruktural.

$\beta$  (beta) = Matriks koefisien variabel  $\eta$  dalam persamaan strukturan

$\zeta$  (zeta) = Vektor kekeliruan persamaan dalam hubungan struktural antara  $\eta$  dengan  $\xi$

$\xi$  (ksi) = Vektor *random* dari variabel laten eksogen

*Confirmatory Factor Analysis* (CFA) sebagai model pengukuran terdiri dari dua jenis pengukuran, yaitu:

1. Model pengukuran untuk variabel eksogen (variabel bebas). Persamaan umumnya adalah:

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

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

Persamaan umumnya adalah:

$$Y = \Lambda_y \eta + \varepsilon$$

Dimana:

$Y$  = Vektor variabel endogen yang dapat diamati

$X$  = Vektor variabel eksogen yang dapat diamati

$\varepsilon$  (epsilon) = Vektor kekeliruan pengukuran dalam  $y$

$\delta$  (delta) = Vektor kekeliruan pengukuran dalam  $x$

$\gamma$  (gamma) = Matrik koefisien variabel  $\xi$  dalam persamaan struktural

$\Lambda_y$  (lambda  $y$ ) = Matrik koefisien regresi  $y$  atas  $\eta$ .

$\Lambda_x$  (lambda  $x$ ) = matrik koefisien regresi  $x$  atas  $\eta$

Persamaan diatas digunakan dengan asumsi:

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
5.  $\gamma - \beta$  adalah *non-singular*.

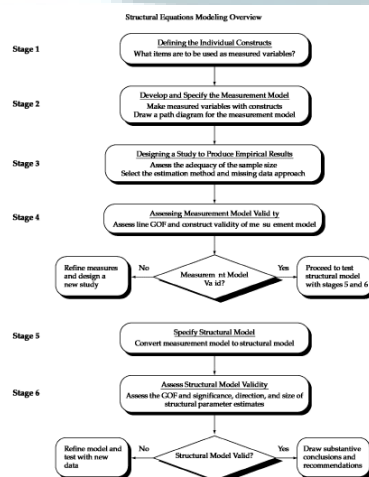
### 3.6.2.1 Variabel dalam SEM

Terdapat dua jenis variabel dalam SEM yaitu variabel laten dan variabel terukur. Variabel laten adalah konsep abstrak yang menjadi fokus perhatian pada SEM. Variabel terukur adalah variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris dan dapat disebut juga sebagai indikator (Hair *et al.*, 2010).

Variabel laten sendiri terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel endogen dan variabel eksogen. Variabel endogen adalah variabel yang nilainya datang dari dalam persamaan. Notasi dari variabel endogen adalah  $\eta$  (eta). Variabel eksogen adalah variabel yang nilainya datang dari luar persamaan. Notasi dari variabel eksogen adalah  $\xi$  (ksi) (Hair *et al.*, 2010)

### 3.6.2.2 Tahapan Prosedur SEM

Tahapan prosedur untuk *Structural Equation Model* (SEM) adalah sebagai berikut (Hair *et al.*, 2010):



Sumber: Hair *et al.* (2010)

Gambar 3.9 Prosedur Structural Equation Modeling

1. Membentuk model teori yang mempunyai justifikasi teoritis yang kuat sebagai dasar SEM
2. Membangun *path diagram* dari hubungan kausal yang dibentuk berdasarkan langkah pertama
3. Mendesain studi untuk menghasilkan hasil empiris dengan penentuan jumlah sampel, metode pengukuran, dan juga *missing data approach*
4. Pembentukan validitas dari model pengukuran dan menghitung validitas model pengukuran
5. Menentukan dan mengidentifikasi SEM dengan mengubah model pengukuran menjadi model struktural
6. Evaluasi kriteria *Goodness of Fit* (GOF). Pada tahap ini, kesesuaian model dievaluasi dengan kriteria GOF sebagai berikut:
  - A. Ukuran sampel minimal berjumlah antara 100-150 dengan perbandingan 5 observasi
  - B. *Multicollinearity* dan *singularity*
  - C. *Normality* dan *Linearity*
  - D. *Outliers*

Pengambilan kesimpulan apabila model struktural sudah valid, atau memperbaiki model dengan data baru apabila model struktural tidak valid.

### 3.6.2.3 Kecocokan Model Pengukuran (*Measurement Model Fit*)

Uji kecocokan model pengukuran dilakukan terhadap setiap model pengukuran (hubungan antara variabel laten dengan beberapa variabel teramati) secara terpisah melalui uji validitas dan reliabilitas (Hair *et al.*, 2010)

#### 1. Uji Validitas

Suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya jika nilai t-tabel (*T-value*) lebih besar dari nilai kritis ( $\leq 1.96$ ) dan muatan faktor standar (*Standardized Factor Loading*) lebih besar dari 0.5

#### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkatan yang menunjukkan bahwa indikator-indikator memiliki konsistensi tinggi dalam mengukur konstruk latennya. Menurut Hair *et al.* (2010), terdapat 2 pengukuran untuk menentukan tinggi atau rendahnya reliabilitas dalam SEM, yaitu:

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

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

Dimana nilai *Construct Reliability* (CR) harus diatas 0.7 dan nilai *Variance extracted* (VE) diatas 0.5.

#### 3. Uji hipotesis

Menurut Lind *et al* (2008), terdapat 5 langkah dalam melakukan uji hipotesa. Berikut langkah-langkah dalam melakukan uji hipotesa :

### 1. Membuat *null hypothesis* dan *alternate hypothesis*.

Dalam langkah ini akan muncul  $H_0$  (*null hypothesis*) dan  $H_1$  (*alternate hypothesis*). *Null Hypothesis* adalah sebuah pernyataan mengenai sebuah arti dari parameter sebuah populasi dan dikembangkan dengan tujuan untuk menguji bukti sebuah angka. Sedangkan *alternate hypothesis* adalah sebuah pernyataan yang dimana pernyataan tersebut dapat diterima apabila sampel dari data menyediakan cukup bukti untuk membuktikan bahwa *null hypothesis* salah.

### 2. Menentukan level signifikan.

Level signifikan adalah sebuah peluang dari ditolaknya *null hypothesis* ketika hal tersebut benar. Terdapat beberapa level signifikan yang dapat digunakan: .05 (atau biasa disebut level 5%), level .01, dan .10. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan level signifikan .05 yang artinya peneliti hanya mentoleransi *error* maksimal 5% dengan *confidence interval* yang digunakan peneliti adalah 95%.

### 3. Menentukan uji statistik.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan  $t$  sebagai uji statistik. Uji statistik adalah sebuah nilai yang diketahui berdasarkan informasi dari sampel, dan digunakan untuk menentukan apakah  $H_0$  ditolak. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan  $t$  sebesar 1.96 dengan *one-tailed test*. Apabila nilai *critical value* dibawah 1.96 atau diatas -1.96 maka dinyatakan tidak mendukung  $H_0$ .



#### 4. Merumuskan keputusan

Tahap ini dilakukan untuk menyatakan kondisi yang spesifik dimana dapat ditentukan ditolak atau diterimanya  $H_0$ . Dalam penelitian ini,  $H_0$  akan ditolak apabila hasil nilai *critical value* lebih besar dari 1.96 atau lebih kecil dari -1.96. *critical value* adalah sebuah nilai pemisah antara daerah yang dimana  $H_0$  ditolak dan diterima.

#### 5. Mengambil Keputusan

Setelah mengetahui hasil dari nilai uji, dapat diketahui apakah  $H_0$  diterima atau ditolak. Ketika hasil dari nilai uji tersebut lebih besar dari 1.96 atau lebih kecil dari -1.96. Setelah itu, dilakukan *the sign test*, dimana hal tersebut adalah sebuah uji yang berdasarkan pada tanda dari perbedaan antara dua observasi yang saling berhubungan. Tanda yang digunakan adalah tanda plus untuk menandakan perbedaan yang positif, dan tanda minus untuk menandakan perbedaan yang negatif.

### 3.6.2.4 Kecocokan Model Struktural (Structural Model Fit)

Menurut Hair et al. (2010), ukuran GOF terbagi menjadi 3 bagian, yaitu:

1. *Absolute Fit Measurement* digunakan untuk menentukan derajat prediksi model keseluruhan (pengukuran dan struktural) terhadap matriks korelasi dan kovarian
2. *Parsimonius Fit Measures* digunakan untuk mengukur kehematan model, yaitu model yang mempunyai *degree of fit* setinggi-tingginya untuk setiap *degree of freedom*

3. *Incremental Fit Measurement* digunakan untuk membandingkan *null model* atau model dasar dengan model yang diusulkan. Dalam buku Hair et al. (2010), dijelaskan bahwa uji model struktural dapat dilakukan dengan mengukur *goodness of fit model* yang menyertakan kecocokan dari nilai berikut:

1. Nilai *Chi-Square*  $\chi^2$  dengan *Degree of Freedom* (*df*)
2. Satu kriteria *absolute fit index* (*GFI, RMSEA, SRMR, Normed Chi-square*)
3. Satu kriteria *incremental fit index* (*CFI* atau *TLI*)
4. Satu kriteria *goodness of fit index* (*GFI, CFI, TLI*)
5. Satu kriteria *badness of fit index* (*RMSEA, SRMR*)

Detail nilai standar untuk masing-masing kriteria di atas dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut:

Tabel 3.3 Perbandingan Ukuran GOF

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>						
RMSEA	RMSEA	RMSEA	RMSEA	RMSEA	RMSEA	RMSEA
	< 0.08	< 0.08	< 0.08	< 0.07	< 0.07	< 0.07
	with CFI	with CFI	with CFI	with CFI	with CFI	with CFI
	≥ 0.97	≥ 0.95	≥ 0.92	≥ 0.97	≥ 0.97	≥ 0.97
<b>Incremental Fit Indices</b>						
CFI	CFI	CFI	CFI	CFI	CFI	CFI
	≥ 0.97	≥ 0.95	≥ 0.92	≥ 0.95	≥ 0.92	≥ 0.90
<b>Parsimony Fit Indices</b>						
PNFI	0 ≤ NFI ≤ 1, Relatively high values represent better fit					

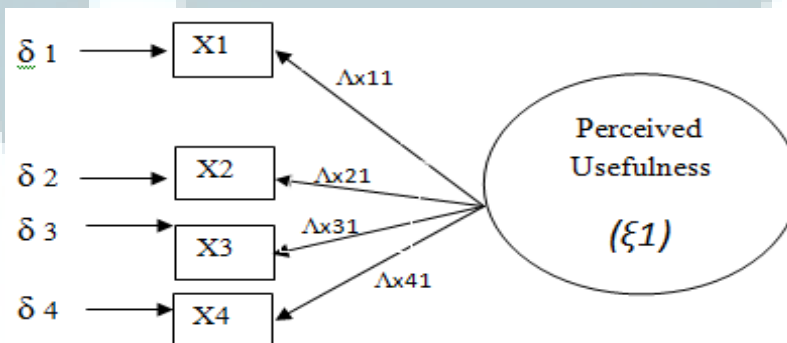
Sumber: Hair et al. (2010)

### 3.7 Model Pengukuran

Dalam penelitian ini terdapat 6 (enam) model pengukuran berdasarkan variabel yang diukur, yaitu:

#### 1. *Perceived Usefulness*

Pada penelitian ini model terdiri dari tiga pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1<sup>st</sup> CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Usefulness*. Variabel laten  $\zeta_1$  mewakili *perceived Usefulness* dan memiliki empat indikator pernyataan. Berdasarkan gambar 3.10, maka dibuat model pengukuran *perceived risk* sebagai berikut:

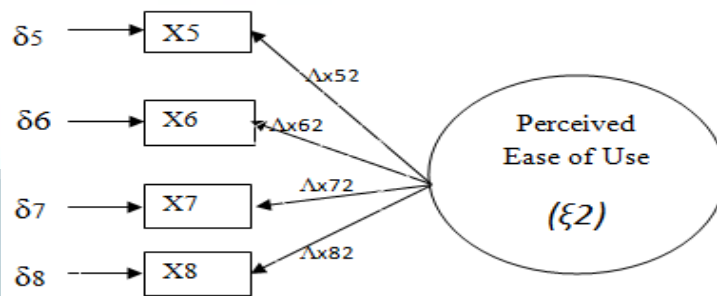


Gambar 3.10 Model Pengukuran *Perceived Usefulness*

#### 2. *Perceived Ease of Use*

Pada penelitian ini model terdiri dari empat pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1<sup>st</sup> CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Ease of Use*. Variabel laten  $\zeta_2$  mewakili *perceived ease of use* dan memiliki empat indikator pernyataan.

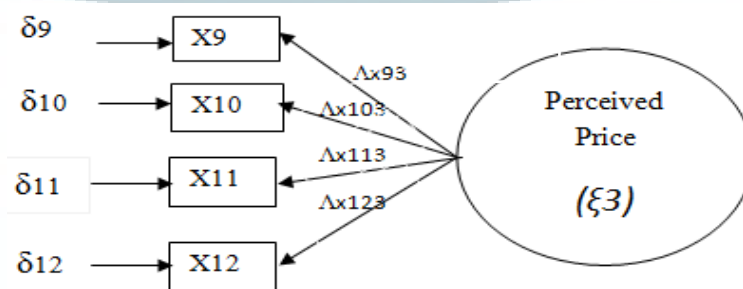
Berdasarkan gambar 3.11, maka dibuat model pengukuran *perceived ease of use* sebagai berikut:



Gambar 3.11 Model Pengukuran *Perceived Ease of Use*

### 3. *Perceived Price*

Pada penelitian ini model terdiri dari empat pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1<sup>st</sup>CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Price*. Variabel laten  $\zeta_3$  mewakili *perceived pricedan* memiliki empat indikator pernyataan. Berdasarkan gambar 3.12, maka dibuat model pengukuran *perceived price* sebagai berikut:

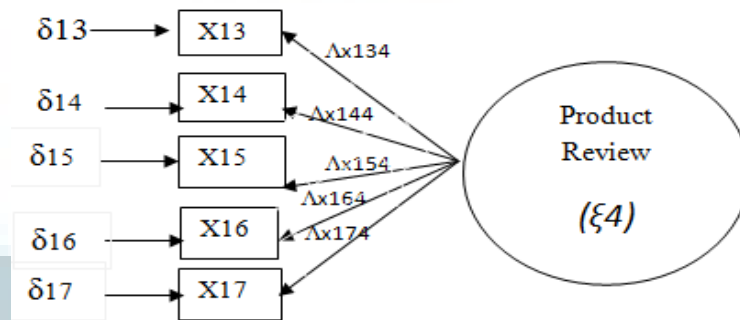


Gambar 3.12 Model Pengukuran *Perceived Price*

### 4. *Product Review*

Pada penelitian ini model terdiri dari lima pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1<sup>st</sup>CFA) yang mewakili satu

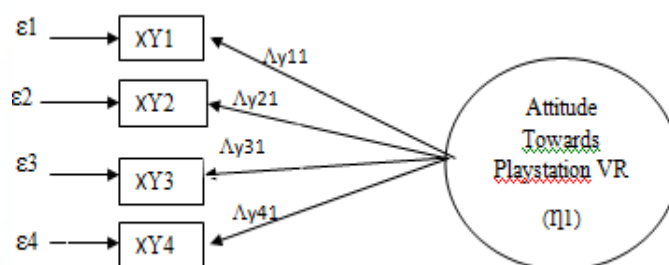
variabel laten yaitu *Product Review*. Variabel laten  $\zeta_4$  mewakili *product review* dan memiliki lima indikator pernyataan. Berdasarkan gambar 3.13, maka dibuat model pengukuran *product Review* sebagai berikut:



Gambar 3.13 Metode Pengukuran *Product Review*

### 5. *Attitude Towards Playstation VR*

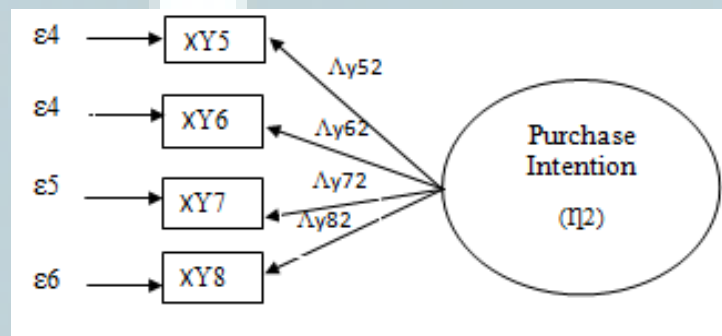
Pada penelitian ini model terdiri dari tiga pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1<sup>st</sup>CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Attitude Towards Playstation VR*. Variabel laten  $\eta_1$  mewakili *attitude towards Playstation VR* dan memiliki empat indikator pernyataan. Berdasarkan gambar 3.14, maka dibuat model pengukuran *attitude towards Playstation VR* sebagai berikut:



Gambar 3.14 Model Pengukuran *Attitude Towards Playstation VR*

## 6. *Purchase Intention*

Pada penelitian ini model terdiri dari empat pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1<sup>st</sup>CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Purchase Intention*. Variabel laten  $\eta_2$  mewakili *Purchase Intention* dan memiliki empat indikator pernyataan. Berdasarkan gambar 3.15, maka dibuat model pengukuran *Purchase intention* :

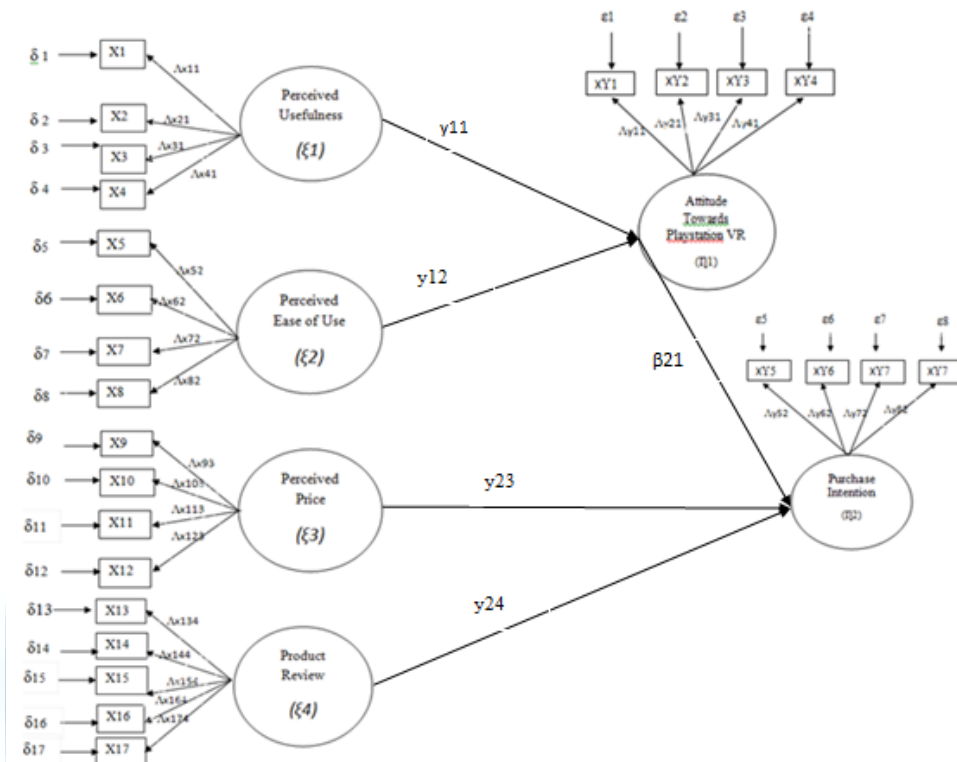


Gambar 3.15 Model Pengukuran *Purchase Intention*

### 3.7.1 Model Keseluruhan Penelitian (*path diagram*)

Adapun model struktural penelitian ini dirangkum pada gambar 3.16

U  
M  
M  
N



Gambar 3.16 Model Keseluruhan Penelitian (*Path Diagram*)

UMMN