



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

Penelitian ini dilakukan peneliti terhadap salah satu aplikasi sosial media di Indonesia bernama Zepeto. Zepeto merupakan aplikasi sosial media yang berasal dari Korea lebih tepatnya dibuat oleh SNOW Corporation yang merupakan anak perusahaan dari NAVER Corporation yang membuat aplikasi chatting platform yaitu Line, SNOW Corporation didirikan pada September 2015 dan memiliki pasar yang luas di Asia contohnya Korea, Jepang, dan Taiwan SNOW Corporation membuat berbagai macam aplikasi yang membuat komunikasi menjadi lebih menarik contoh aplikasi yang dibuat oleh SNOW corporation adalah SNOW AR Camera, LOOKS, LINE Camera, B612 dan juga aplikasi baru yang bernama Zepeto yang baru saja dipublikasikan pada bulan September 2018.



Sumber : <https://www.itworks.id/17118/lagi-viral-begini-cara-buat-animasi-3d-zepeto-yang-lucu.html>

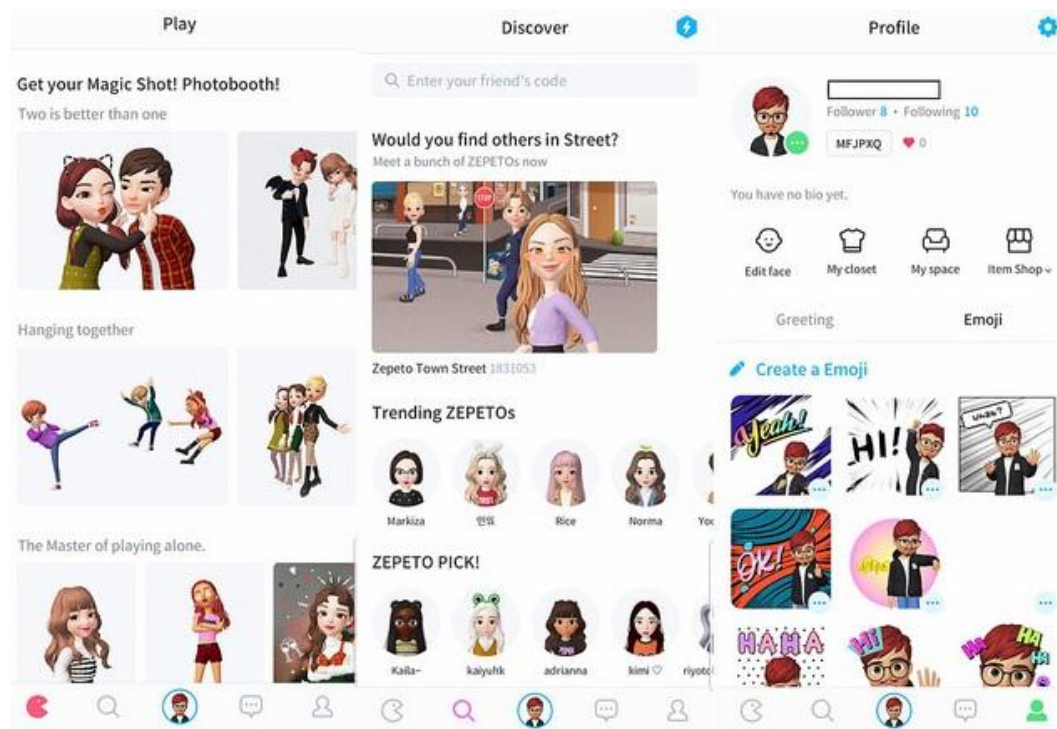
Gambar 3.1 Aplikasi Zepeto

Zepeto adalah aplikasi sosial media yang memungkinkan pengguna membuat avatar digital dan menjalin pertemanan dengan pengguna Zepeto lain .pengguna aktif Zepeto didominasi oleh wilayah Asia yaitu Korea selatan, Jepang, Taiwan. Setelah pengguna mengunduh dan menginstal aplikasi Zepeto pengguna harus membuat sebuah avatar, yang dimana avatar tersebut akan menggambarkan pengguna secara langsung. Yang membuat Zepeto berbeda dari aplikasi sosial media lainnya adalah pada saat membuat avatar kita tidak perlu mengupload gambar dari handphone kita melainkan pada aplikasi Zepeto terdapat fitur yang dimana kamera handphone pengguna mengambil foto wajah pengguna dan menampilkannya dalam bentuk avatar pada aplikasi Zepeto. Avatar tersebut dapat diubah dimulai dari bentuk mata, alis, rambut, serta pakaian yang mereka pakai pada avatar tersebut.



Sumber : <https://www.flickr.com/photos/150209875@N05/46050088552>

Gambar 3.2 Menu pembuatan karakter



Sumber : <https://www.recode.id/aplikasi-media-sosial-baru-zepeto/>

Gambar 3.3 Menu pada aplikasi Zepeto

Pada menu awal pengguna terdapat 5 menu yaitu : home, discover, photobooth, play, dan profile dari pengguna. Pada menu home pengguna dapat mengubah tampilan pada avatar Zepeto mereka dan terdapat fitur chat yang memperbolehkan pengguna untuk berkomunikasi via chat dengan pengguna Zepeto lain, lalu pada menu discover pengguna dapat melihat Zepeto milik pengguna lain yang sedang trending serta dapat melihat foto-foto Zepeto yang dipajang pada menu discover mereka, selain itu pada menu photobooth terdapat beberapa template pose yang dapat digunakan pengguna untuk membuat Zepeto mereka berpose sendiri ataupun dengan teman-teman dari pengguna. Pengguna juga dapat menggunakan menu play, menu play disini adalah fitur yang memperbolehkan pengguna untuk bermain lotre, dimana ketika pemain beruntung mereka akan mendapatkan koin yang nantinya dapat digunakan untuk membeli aksesoris pada Zepeto mereka,

yang terakhir merupakan menu profile, pada menu ini pengguna dapat mengganti nama, dan informasi-informasi mendasar akun milik pengguna tersebut.

3.2 Desain Penelitian

Diartikan sebagai rancangan atau kerangka dalam melakukan riset pemasaran. Rancangan atau kerangka ini menentukan tahapan prosedur yang diperlukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam menyusun atau memecahkan masalah riset pemasaran (Malhotra, 2010).

Menurut Malhotra (2010), terdapat 2 jenis rancangan penelitian yang dapat digunakan dalam melakukan sebuah penelitian antara lain yaitu:

1. *Exploratory Research*

Diartikan sebagai penelitian yang bertujuan untuk memberikan wawasan dan pemahaman situasi masalah yang dihadapi oleh peneliti.

2. *Conclusive Research Design*

Merupakan penelitian yang dirancang untuk pengambilan keputusan dalam menentukan sesuatu, mengevaluasi dan membuat alternatif yang terbaik untuk pemecahan suatu masalah yang dialami. Tujuan daripada rancangan *conclusive research* adalah untuk menguji hipotesis dan pengaruh antar variabel.

Conclusive research dibagi menjadi dua jenis, antara lain:

- a. *Descriptive Research*

Merupakan penelitian yang memiliki tujuan utama untuk mendeskripsikan sesuatu hal dalam pemasaran.

Descriptive research dibagi menjadi 2 jenis yaitu:

1. *Cross-Sectional Designs*

Merupakan jenis penelitian dimana pengumpulan informasi atau data hanya satu kali dalam satu periode waktu tertentu.

a) *Single Cross Sectional Designs*

Merupakan pengambilan data yang berasal dari satu sampel responden.

b) *Multiple Cross-Sectional Designs*

Merupakan pengambilan data yang berasal dari dua atau lebih sampel responden.

2. *Longitudinal Designs*

Jenis desain penelitian yang menggunakan sampel yang sama dari elemen populasi yang diukur berulang kali.

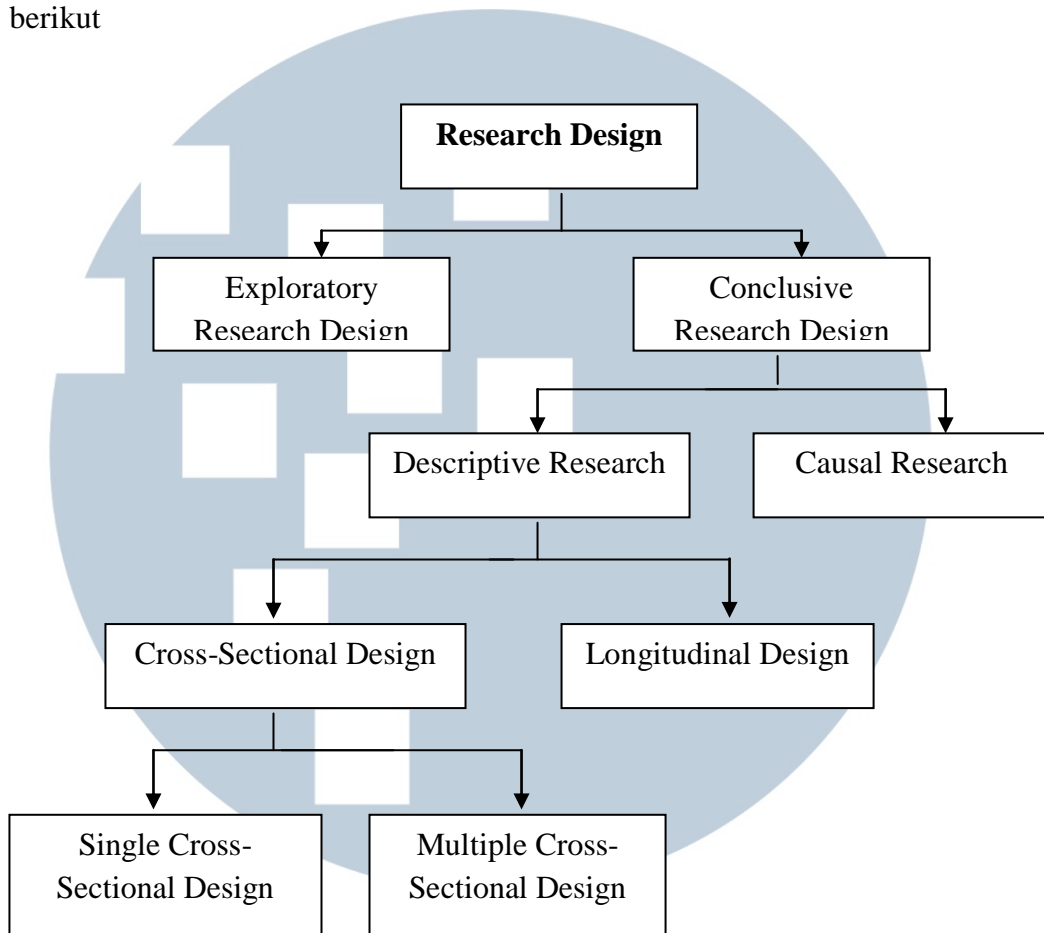
Tujuan menggunakan sampel yang sama adalah memberikan gambaran situasi dan perubahan yang terjadi pada waktu tertentu.

b. *Causal Research*

Merupakan penelitian yang bertujuan untuk mencari dan membuktikan hubungan sebab akibat antar variabel.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Skema tipe-tipe desain penelitian menurut Malhotra (2010), antara lain sebagai berikut



Sumber : Malhotra (2010)

Gambar 3.4 Jenis Desain Penelitian

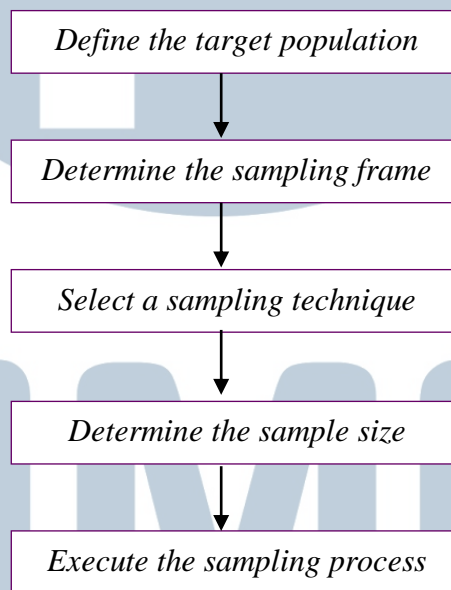
Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *conclusive research design* dengan jenis *descriptive research* melalui metode pengambilan data menggunakan survei. Alasan peneliti menggunakan *descriptive research* dikarenakan peneliti ingin menguji hubungan variabel. Bentuk survei yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner *offline* maupun *online* disebarkan kepada responden yang termasuk kedalam target populasi.

Kuesioner yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur jawaban responden dengan menggunakan *7 skala likert*. Pada penelitian ini, peneliti

menggunakan *cross sectional design* dengan spesifik peneliti menggunakan *single cross sectional* karena peneliti hanya menggunakan 1 kelompok responden tertentu, yaitu responden yang merupakan pengguna Zepeto.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

Menurut Malhotra (2010), terdapat 5 tahapan pada *sampling design process* diantaranya: Mendefinisikan target populasi, menentukan *sampling frame* pada penelitian, menentukan *sampling technique*, menentukan *sample size* pada penelitian dan melakukan eksekusi *sampling process*. Berikut ini adalah alur *sampling design process* :



Sumber : Malhotra, 2010

Gambar 3.5 Alur *sampling design process*

3.3.1 Target Populasi

Target populasi adalah sekumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dalam sebuah penelitian. Target populasi terdiri dari *element, sampling units, extent, dan time*. Target populasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.3.1.1 *Sampling Unit*

Sampling unit adalah syarat dasar yang harus dipenuhi *element* untuk dapat menjadi objek dalam penelitian (Malhotra, 2010). *Sampling unit* pada penelitian ini harus memenuhi syarat yaitu pria dan wanita berusia diantara 13-18 tahun, yang memiliki kriteria konsumen yang mengunduh aplikasi Zepeto, menggunakan aplikasi Zepeto sebelum bulan November 2018 dan mengetahui berita rumor Zepeto melakukan penyalahgunaan data pribadi pengguna.

3.3.1.2 *Extent*

Extent diartikan sebagai tempat, atau wilayah dimana peneliti mengumpulkan data untuk sebuah penelitian (Malhotra, 2010). Pada penelitian ini batas wilayah geografis adalah Indonesia.

3.3.1.3 *Time*

Time adalah jangka waktu yang dibutuhkan oleh peneliti untuk mengumpulkan data hingga pengolahan data pada sebuah riset (Malhotra, 2010). Peneliti mulai melakukan penyebaran pretest pada 21 April 2018 – 24 April 2018. Setelah hasil *pre-test* dinyatakan *valid* dan *reliabel*, peneliti memulai menyebarkan kuesioner untuk *main test* pada tanggal 23 mei

2019 – 10 Juni 2019. Sedangkan keseluruhan penelitian ini berlangsung selama 5 bulan dari bulan Februari 2018 hingga Juni 2019.

3.3.2 Sampling Technique

Menurut Maholtra (2010) terdapat 2 teknik dalam pengambilan metode *sampling* antara lain :

1. Probability Sampling

Diartikan sebagai teknik *sampling* dimana semua elemen pada populasi mempunyai kesempatan untuk menjadi sampel penelitian.

2. Non-Probability Sampling

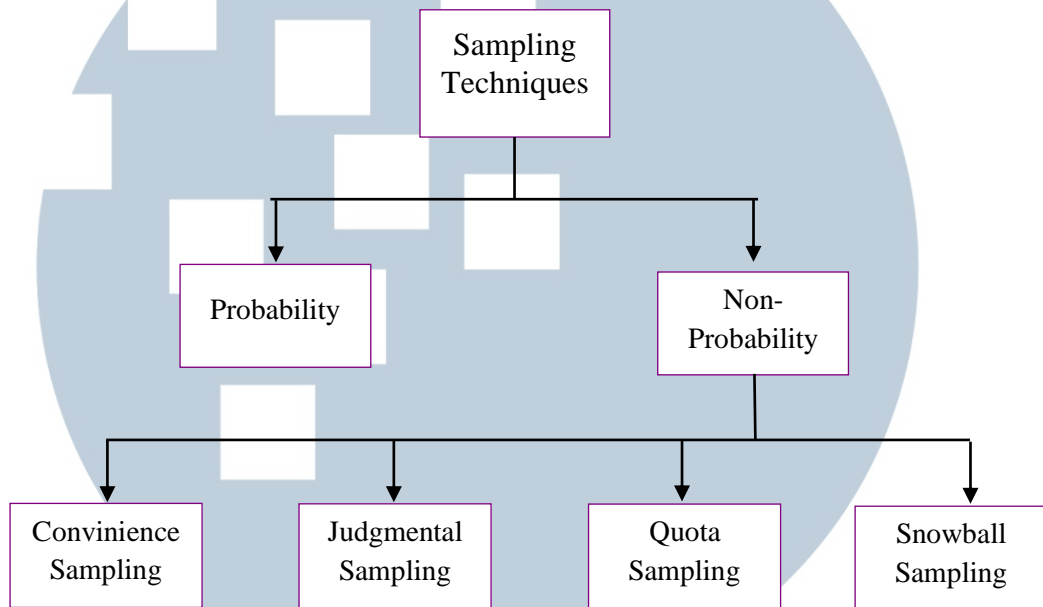
Diartikan sebagai teknik *sampling* yang prosedurnya tidak menggunakan peluang, namun berdasarkan penilaian peneliti atau kemudahan dari peneliti sehingga tidak semua elemen atau orang dapat menjadi sampel penelitian.

Teknik non-probability sampling menurut Maholtra (2010) :

1. *Convenience sampling* yaitu teknik sampling yang didasarkan atas kenyamanan dari peneliti dalam memilih sampel yang akan diteliti.
2. *Judgemental sampling* yaitu hampir sama dengan *convenience sampling* namun elemen populasi dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti. Elemen yang telah dipilih dianggap dapat mewakili populasi.
3. *Quota sampling* yaitu teknik dengan menentukan kuota masing-masing elemen lalu memilih sampel dengan menggunakan teknik *convenience sampling* ataupun *judgmental sampling*.

4. *Snowball sampling* yaitu teknik *sampling* dengan mendapat sampel berdasarkan referensi dari responden atau sampel lainnya.

Skema *sampling technique* :



Sumber : Malhotra, 2010

Gambar 3.6 Sampling techniques

Dalam penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah *non-probability sampling technique*, yang berarti tidak semua orang memiliki peluang untuk menjadi sampel dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, pemilihan responden didasarkan pada kriteria sesuai dengan kebutuhan peneliti dalam penelitian (Malhotra, 2010). Pada penelitian ini peneliti menggunakan *judgmental sampling* karena didasarkan pada *screening* untuk dapat mewakili populasi. Responden yang didapatkan untuk *judgmental sampling* memiliki kriteria yaitu pria dan wanita berusia diantara 13-18 tahun, yang memiliki kriteria konsumen yang mengunduh

aplikasi Zepeto, menggunakan aplikasi Zepeto sebelum bulan November 2018 dan mengetahui berita rumor Zepeto melakukan penyalahgunaan data pribadi pengguna.

3.3.3 Sample Size

Sampling size merupakan jumlah *elements* yang akan diikutsertakan di dalam penelitian (Malhotra, Basic Marketing Research. 2009,p. 374). Berdasarkan Hair et al., 2010, penentuan banyaknya jumlah item pertanyaan yang digunakan pada kuesioner penelitian yaitu dengan mengasumsikan :

$$N \times 5$$

Maka dengan jumlah indikator sebanyak 24 pada jurnal terdahulu, dapat ditentukan bahwa jumlah sampel minimum yang akan diambil pada penelitian ini adalah sebanyak : $24 \text{ indikator} \times 5 = 120$, maka peneliti wajib membagikan kuisisioner kepada sebanyak minimal 120 responden.

3.3.4 Sampling Process

Pada penelitian ini, metode yang digunakan peneliti dalam proses pengumpulan data adalah *single cross sectional*. Peneliti mengumpulkan data dan mengambil informasi dari sampel dilakukan hanya satu kali dalam 1 periode waktu (Malhotra, 2010).

3.3.4.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan akan diolah untuk mendapatkan hasil dari penelitian yang sedang peneliti lakukan. Menurut Malhotra (2010) terdapat dua jenis data dalam penelitian, yaitu:

1. *Primary Data*

Merupakan data yang didapatkan langsung oleh peneliti untuk kebutuhan penelitian (Maholtra, 2010). Pada penelitian ini teknik pengumpulan *primary data* adalah dengan menggunakan survei. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pengunduh aplikasi Zepeto, menggunakan aplikasi Zepeto sebelum bulan November 2018 dan mengetahui berita rumor Zepeto melakukan penyalahgunaan data pribadi pengguna.

2. *Secondary Data*

Data yang dikumpulkan pihak lain untuk beberapa tujuan tidak hanya untuk menyelesaikan permasalahan penelitian (Malhotra, 2010). Pada penelitian ini ada beberapa teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan *secondary data* yang bertujuan untuk memperkuat teori dalam penelitian, diantaranya: buku-buku teori ilmu pengetahuan, jurnal terdahulu, dan informasi *website* yang berkaitan dengan objek Zepeto.

3.3.4.2 Prosedur Pengumpulan Data

1. Pada penelitian ini, pengumpulan data sekunder yang berkaitan dengan Zepeto dilakukan peneliti melalui berbagai sumber seperti jurnal terdahulu, buku, artikel dan sumber informasi *website*.
2. Tahap berikutnya adalah proses memilih jurnal untuk dijadikan dasar indikator pertanyaan kuisisioner. Peneliti menyusun

indikator menjadi draft kuesioner dan peneliti melakukan penyusunan kata, sehingga pertanyaan pada kuesioner dapat lebih mudah dipahami oleh responden penelitian.

3. Kuesioner yang telah disusun dibagikan kepada responden dengan tujuan melakukan *pre-test*. Dari 30 kuesioner yang tersebar peneliti mendapat 30 responden yang lolos screening *pre-test*. *Pre-test* dilakukan sebelum peneliti menyebar *main test*. Penyebaran kuesioner untuk *pre-test* dilakukan secara offline di perumahan Bugel Indah.
4. Hasil dari *pre-test* dari 30 responden kemudian dianalisis menggunakan software SPSS untuk uji *validitas* dan uji *realibilitas*. Jika hasilnya memenuhi syarat yang telah ditentukan maka peneliti dapat melanjutkan dengan menyebarkan *main test*.
5. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner untuk *main test* secara *online* melalui *Google Form*
6. Data yang telah terkumpul di-*input* ke dalam *software* SPSS. Setelah itu, dilakukan uji *validitas* dan uji *realibitas* dengan menggunakan *software* Lisrel. Langkah selanjutnya yang ditempuh peneliti yaitu menguji kecocokan model dan menguji hubungan hipotesis antar variabel.

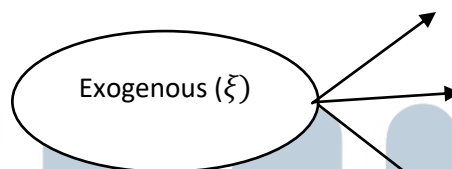
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Eksogen

Variabel eksogen adalah variabel independen dalam sebuah model penelitian (Hair et al.,2010). Variabel eksogen memiliki pengaruh terhadap variabel yang lain, namun tidak dipengaruhi oleh variabel lain didalam model penelitian. Menurut Hair et al. (2010), notasi matematik dari variabel laten eksogen adalah huruf Yunani berbentuk ξ (“ksi”). Variabel eksogen digambarkan sebagai lingkaran dengan semua anak panah menuju keluar, tidak ada anak panah yang menuju ke arah variabel eksogen.

Pada penelitian ini, yang termasuk variabel eksogen adalah *subjective norm*, *social identity*, *privacy concern*, *privacy risk*, dan *trust* Berikut adalah gambar variabel eksogen :



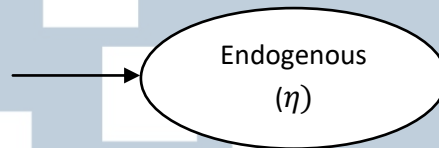
Sumber : Hair et al. (2010)

Gambar 3.7 Variabel Eksogen

3.4.2 Variabel Endogen

Variabel endogen adalah variabel dependen dalam sebuah model penelitian (Hair et al.,2010). Variabel endogen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain dalam model penelitian. Menurut Hair et al. (2010), notasi matematik dari

variabel laten endogen adalah η (“eta”). Variabel endogen digambarkan sebagai lingkaran dengan memiliki minimal satu anak panah yang mengarah padanya. Variabel endogen dalam penelitian ini adalah *continuance usage*. Berikut adalah gambar dari variabel endogen :



Sumber : Hair et al. (2010)

Gambar 3.8 Variabel Endogen

3.4.3 Variabel Teramati

Variabel teramati adalah variabel yang dapat diukur secara langsung. Variabel teramati digunakan sebagai indikator konstruk laten (Hair et al., 2010). Pada penelitian ini terdapat 24 pertanyaan kuesioner, sehingga jumlah variabel teramati dalam penelitian ini adalah berjumlah 24 indikator yang mewakili variabel *subjective norm*, *social identity*, *privacy concern*, *privacy risk* dan *trust*.

3.5 Definisi Operasional

Pada penelitian ini penulis memiliki 6 variabel diantaranya: *subjective norm*, *social identity*, *privacy concern*, *privacy risk* dan *trust*. Dari setiap variabel yang ada digunakan indikator-indikator untuk mengukur variabel penelitian. Definisi variabel disusun berdasarkan teori yang berasal dari berbagai jurnal terdahulu. Skala pengukuran yang digunakan adalah *likert scale 7 point*. Seluruh variabel diukur dengan skala likert 1 sampai 7, dimana angka 1 menunjukkan

responden sangat tidak setuju dan angka 7 menunjukkan responden sangat setuju dengan pernyataan yang diberikan oleh peneliti.

Berikut adalah definisi dan indikator dari setiap variabel dalam penelitian :

Tabel 3.1 Definisi operasioanl

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Scaling Technique	Refrensi
1	Subjective Norm	Persepsi mengenai tekanan sosial disekitar orang tersebut untuk melakukan tindakan yang seharusnya dilakukan (Fishbein and Ajzen, 1975)	1. rekomendasi dari teman disekitar saya akan mempengaruhi keputusan saya dalam menggunakan aplikasi Zepeto	Likert Scale 1-7	<i>Wei et al,2008</i>
			2. orang disekitar saya (keluarga dan kerabat) menyarankan saya untuk menggunakan aplikasi zepeto		<i>Wei et al,2008</i>
			3. saya menggunakan aplikasi zepeto jika orang disekitar saya telah menggunakan aplikasi tersebut		<i>Wei et al,2008</i>
			4. saya menggunakan aplikasi zepeto jika sudah banyak digunakan oleh banyak orang		<i>Wei et al,2008</i>
			1. Aplikasi Zepeto mencerminkan diri saya		<i>Shen et al, 2011</i>
				Likert Scale 1-7	<i>Shen et al, 2011</i>

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Scaling Technique	Refrensi
2	Social Identity	konsep yang dimiliki oleh individu yang berasal dari pengetahuan yang diperoleh dari keanggotaan pada kelompok sosial tertentu yang memiliki nilai dan keterikatan (Tajfel, 1981)	2. saya memiliki keterikatan Zepeto	Likert Scale 1-7	Shen et al, 2011
			3. saya merupakan anggota berharga bagi komunitas Zepeto		
			4. saya merupakan anggota penting komunitas Zepeto		
3	Privacy Concern	merefleksikan kekhawatiran pengguna tentang kehilangan privasi (Xu et al., 2011)	1. saya merasa khawatir ketika informasi pribadi saya yang berikan pada Zepeto dapat disalahgunakan	Likert Scale 1-7	Dinev and Hart, 2006
			2. saya merasa khawatir bahwa seseorang dapat mengakses informasi pribadi saya pada Zepeto		
			3. saya merasa khawatir ketika memberikan informasi pribadi saya kepada Zepeto, karena takut disalahgunakan		

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Scaling Technique	Referensi
			4. saya merasa khawatir ketika memberikan informasi pribadi saya kepada Zepeto, karena informasi tersebut dapat digunakan diluar dugaan saya	<i>Likert Scale 1-7</i>	<i>Dinev and Hart, 2006</i>
4	Privacy Risk	potensi kehilangan kendali atas informasi pribadi (Featherman & Pavlou, 2003).	1. menurut saya memberikan informasi pribadi kepada Zepeto beresiko	<i>Likert Scale 1-7</i>	<i>Xu et al, 2009</i>
			2. saya merasa banyak ketidakpastian ketika memberikan informasi pribadi kepada Zepeto	<i>Likert Scale 1-7</i>	<i>Xu et al, 2009</i>
			3. saya merasa terdapat potensi kerugian ketika memberikan informasi pribadi kepada Zepeto	<i>Likert Scale 1-7</i>	<i>Xu et al, 2009</i>
			4. saya khawatir pihak ketiga dapat mengakses informasi pribadi yang diambil oleh Zepeto	<i>Likert Scale 1-7</i>	<i>Lin et al, 2016</i>

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Scaling Technique	Refrensi
	Trust	Ketika individu memiliki kerelaan untuk bergantung pada pihak yang individu tersebut percayai (Moorman, Deshpande, dan Zaltman, 1993)	1. saya merasa aplikasi Zepeto dapat dipercaya	Likert Scale 1-7	Lee et al, 2007
			2. saya mersa aplikasi Zepeto akan menjaga data pribadi saya	Likert Scale 1-7	Lee et al, 2007
			3. saya merasa aplikasi Zepeto dapat menangani informasi pribadi saya dengan kompeten	Likert Scale 1-7	Sun et al, 2013
			4. menurut saya aplikasi Zepeto dapat diandalkan	Likert Scale 1-7	Morgan et al, 1994
6	Continuance Usage	Perilaku yang merefleksikan kelanjutan penggunaan dari teknologi (Limayem et al, 2007)	1. Saya berniat untuk terus menggunakan Zepeto daripada berhenti dalam memakai Zepeto	Likert Scale 1-7	Bhattacharje, 2001
			2. saya akan terus menggunakan Zepeto dalam jangka panjang	Likert Scale 1-7	Lee et al, 2017
			3. saya akan	Likert Scale 1-7	Lee et al,

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Scaling Technique	Refrensi
			menggunakan Zepeto daripada aplikasi sejenis yang lain		2017
			4. saya akan meningkatkan penggunaan Zepeto di masa depan	Likert Scale 1-7	Lee et al, 2017

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah *measurement* yang digunakan dalam penelitian benar-benar dapat mengukur apa yang ingin diukur (Malhotra, 2010). Sebuah indikator dapat dikatakan valid apabila indikator tersebut mampu mengukur variabel penelitian. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan melakukan *factor analysis*. Suatu *measurement* dapat dinyatakan valid ketika syarat-syarat *factor analysis* terpenuhi.

Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi pada uji validitas antara lain :

1. Nilai KMO ≥ 0.5

Nilai KMO ≥ 0.5 mengindikasikan bahwa *factor analysis* telah memenuhi dalam hal jumlah sampel. Semakin mendekati angka 1 maka nilai KMO akan semakin baik (Malhotra, 2010).

2. Nilai Signifikan ≤ 0.05

Nilai significant pada Bartlett's test ≤ 0.05 menunjukkan adanya korelasi antar variabel (Malhotra, 2010).

3. Nilai MSA ≥ 0.5

Variabel yang memiliki nilai MSA kurang dari 0.5 harus dihilangkan dari *factor analysis*, dimulai dari menghilangkan variabel yang memiliki nilai MSA terendah (Hair et al., 2010).

4. *Factor loadings of Component Matrix* harus melebihi nilai 0.5 (Hair et al., 2010).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji untuk mengukur seberapa konsisten hasil *measurement* ketika digunakan berkali-kali (Malhotra, 2010). Kuesioner penelitian dikatakan reliabel ketika jawaban seorang responden terkait pertanyaan stabil dari waktu ke waktu. Dalam mengukur dan mengidentifikasi reliabilitas, maka digunakan *cronbach alpha* harus > 0.70 (Hair et al., 2010).

3.6.3 Metode Analisa Data dengan *Structural Equation Modeling* (SEM)

SEM merupakan teknik *multivariate* yang menggabungkan aspek faktor analisis dengan multiple regresi yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan dependen pada variabel terukur dan konstruk laten (*variables*) maupun pada beberapa konstruk laten (Hair et al., 2010). Fungsi SEM adalah menjelaskan hubungan antar variabel. Pada penelitian ini, pengukuran SEM menggunakan software Lisrel 8.8.

3.6.3.1 Tahapan Prosedur SEM

Menurut Hair et al. (2010), terdapat 6 *stages* proses keputusan pada SEM yang harus dilakukan peneliti untuk mengetahui apakah suatu model valid atau tidak valid. Dalam penelitian ini, peneliti melewati 6 *stages* untuk melakukan uji SEM, diantaranya yaitu:

1. Mendefinisikan *construct* yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel tersebut.
2. Membuat dan menetapkan diagram *measurement model* atau model pengukuran.
3. Menetapkan *sample size* yang akan peneliti ambil, memilih metode estimasi dan pendekatan yang digunakan untuk menangani *missing data*.
4. Mengukur validitas model. Jika *measurement model* tidak valid, maka menghilangkan *measurement* dan membuat studi baru. Jika *measurement model* telah valid, maka dapat dilanjutkan ke *stages* selanjutnya.
5. Mengubah *measurement model* menjadi *structural model*.
6. Melakukan penilaian apakah *structural model* telah validitas atau memiliki kecocokan. Jika *structural model* tidak valid, maka membuat model baru dan melakukan pengujian dengan data baru. Jika *structural model* telah dinyatakan valid, maka mengambil kesimpulan penelitian dan memberikan rekomendasi penelitian.

3.6.3.2 Kecocokan Keseluruhan Model

Menurut Hair et al. (2010) Goodness of fit dibagi menjadi 3 yaitu :

1. *Absolute fit indices*

berguna untuk menentukan derajat prediksi model keseluruhan terhadap matriks korelasi dan kovarian.

2. *Incremental fit indices*

berguna untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang disebut sebagai *null model*.

3. *Parsimonious fit indices*

berguna untuk mengukur keseluruhan *goodness of fit* mewakili tingkat model sesuai dengan koefisien estimasi.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Ringkasan Uji kecocokan dan pemeriksaan kecocokan termuat pada variabel berikut :

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

Hair et al., (2010)



Tabel 3.2 Perbandingan ukuran *Goodness of Fit*

3.6.3.3 Kecocokan Model Pengukuran (Measurement Model Fit)

Uji kecocokan model pengukuran akan dilakukan terhadap setiap *measurement* model secara terpisah melalui evaluasi terhadap validitas dan reliabilitas dari model pengukuran (Hair et al., 2010).

1. Evaluasi terhadap validitas (*validity*) dari model pengukuran

Suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap *construct* atau variabel latennya, jika standardized loading factor $\geq 0,50$ (Hair et al., 2010).

2. Evaluasi terhadap reliabilitas (*reliability*) dari model pengukuran

Berdasarkan Hair et al. (2010) suatu variabel dapat dikatakan mempunyai reliabilitas baik jika :

a) Nilai construct reliability

$$CR = \frac{(\sum SLF)^2}{(\sum SLF)^2 + \sum Error} > 0,70$$

b) Nilai variance extracted

$$AVE = \frac{\sum SLF^2}{\sum SLF^2 + \sum Error} > 0,50$$

3.6.3.4 Kecocokan Model Struktural (Structural Model Fit)

Menurut Hair *et al.* (2010) uji *structural model* dapat dilakukan dengan mengukur *goodness of fit* model yang menyertakan dari kecocokan nilai berikut :

a) Nilai chi-square (χ^2) dengan *degree of freedom* (DF)

- b) Satu kriteria *absolute fit index* (i.e. GFI, RMSEA, SRMR, Normed Chi-Square)
- c) Satu kriteria *incremental fit index* (i.e. CFI atau TLI)
- d) Satu kriteria *goodness of fit index* (i.e. GFI, CFI, TLI)

Setelah melakukan uji structural model penulis melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis adalah sebuah prosedur yang didasarkan bukti *sample* dan teori probabilitas dalam menentukan apakah hipotesis merupakan sebuah pernyataan yang masuk akal (Lind et al., 2015).

Menurut Lind et al. (2015) terdapat 5 tahap uji hipotesis :

1. Menentukan Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_1)

H_0 merupakan sebuah pernyataan tentang nilai parameter suatu populasi yang dikembangkan untuk tujuan penelitian. Sedangkan H_1 adalah pernyataan yang menyatakan jika data sampel diterima dan memberikan bukti yang cukup bahwa hipotesis nol salah.

2. Memilih tingkat signifikansi

Level of Significance (α) adalah probabilitas untuk menolak H_0 jika benar.

Dalam penelitian ini, level of significance yang dipakai adalah $\alpha = 0.05$ atau 5%.

3. Pilih statistik uji

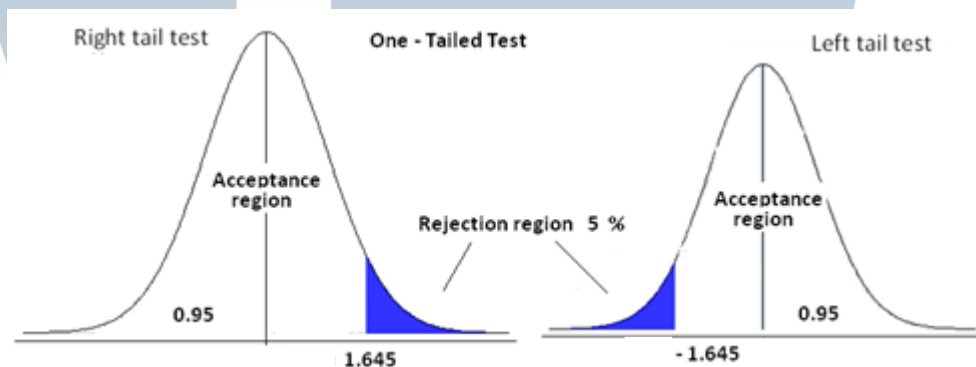
Test statistik digunakan untuk menentukan apakah H_0 akan ditolak.

Pada penelitian ini menggunakan acuan t-tabel $\geq 1,65$. Jika nilai t-value lebih besar dari 1,65 maka H_0 ditolak. Sebaliknya, jika nilai t-value kurang dari 1,65 maka H_0 diterima. Sedangkan untuk menentukan H_0 negatif akan ditolak, peneliti menggunakan acuan t-table $\geq -1,65$. Jika t-value lebih besar

dari -1,65 maka H_0 ditolak. Jika t-value kurang dari -1,65 maka H_0 diterima.

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

Aturan keputusan adalah pernyataan dimana H_0 ditolak. Area penolakan merupakan lokasi yang nilainya sangat besar atau sangat kecil sehingga probabilitas yang muncul dibawah H_0 . Dalam penelitian ini, angka kepercayaan yang digunakan sebesar 95%.



Gambar 3.9 One-tailed test

5. Membuat keputusan

Untuk membuat keputusan maka dilakukan uji statistik. Tahap ini akan membandingkan dengan nilai kritis dan membuat keputusan apakah H_0 ditolak atau tidak.

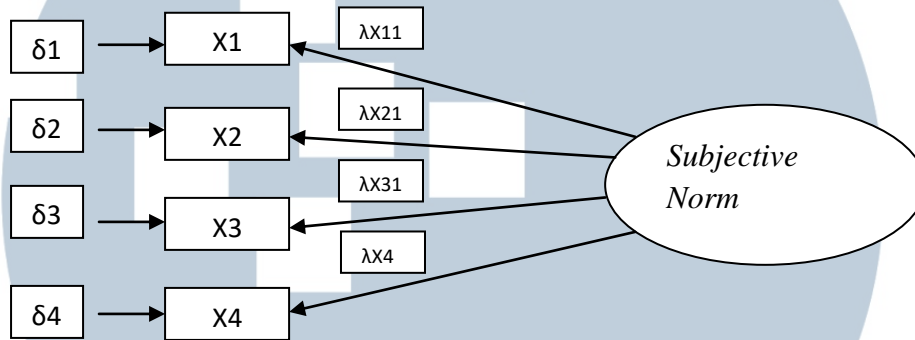
3.7 Model Pengukuran (Measurement Model)

Dalam penelitian ini, terdapat tujuh model pengukuran berdasarkan variabel yang diukur, diantara lain:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1. Subjective Norm

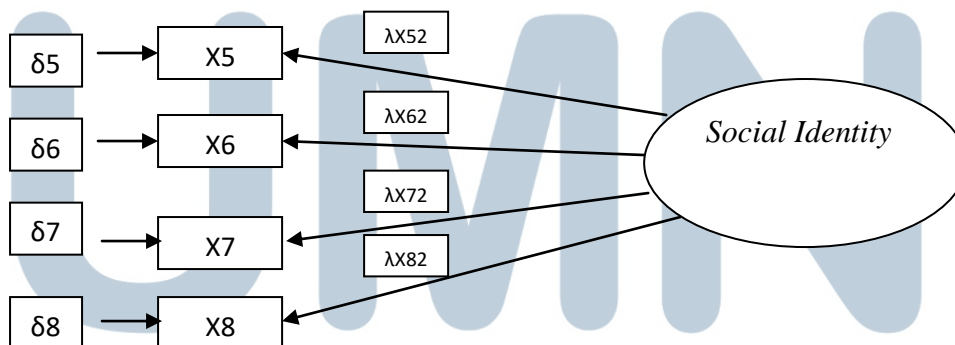
Dalam penelitian ini model terdiri dari empat indikator pernyataan yang merupakan 1st CFA yang mewakili satu variabel laten yaitu *Subjective Norm*. Variabel laten ζ_1 mewakili *Subjective Norm*.



Gambar 3.10 Model pengukuran *subjective norm*

2. Social Identity

Dalam penelitian ini model terdiri dari empat indikator pernyataan yang merupakan 1st CFA yang mewakili satu variabel laten yaitu *Social Identity*. Variabel laten ζ_2 mewakili *social identity*.



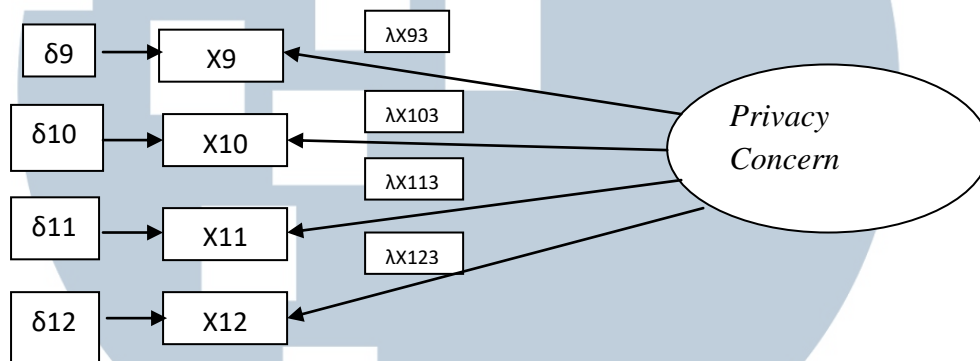
Gambar 3.11 Model pengukuran *social identity*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3. Privacy Concern

Dalam penelitian ini model terdiri dari empat indikator pernyataan yang merupakan 1st CFA yang mewakili satu variabel laten yaitu *Privacy concern*.

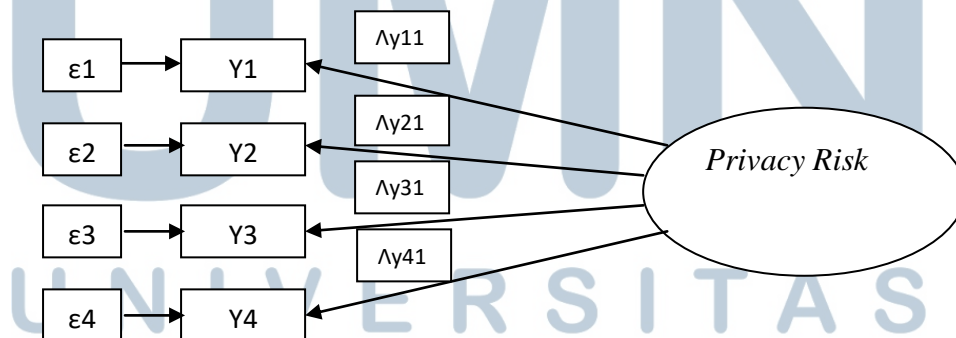
Variabel laten ζ_3 mewakili *privacy concern*.



Gambar 3.12 Model pengukuran *privacy concern*

4. Privacy Risk

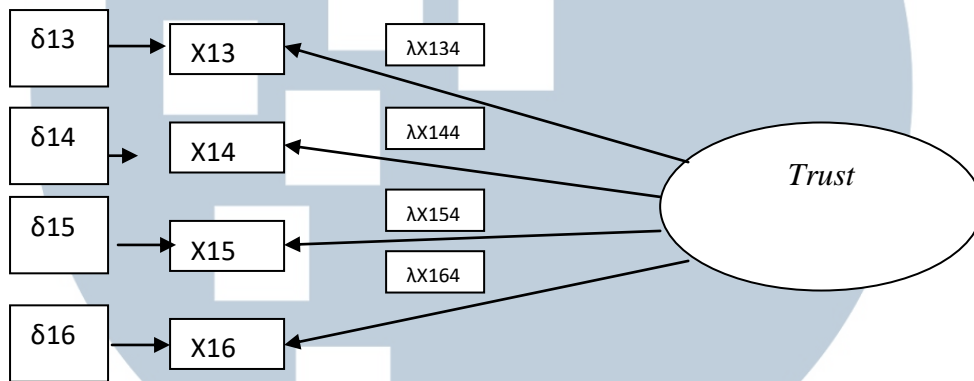
Dalam penelitian ini model terdiri dari empat indikator pernyataan yang merupakan 1st CFA yang mewakili satu variabel laten yaitu *privacy risk*. variabel laten η_1 mewakili *privacy risk*.



Gambar 3.13 Model pengukuran *privacy risk*

5. Trust

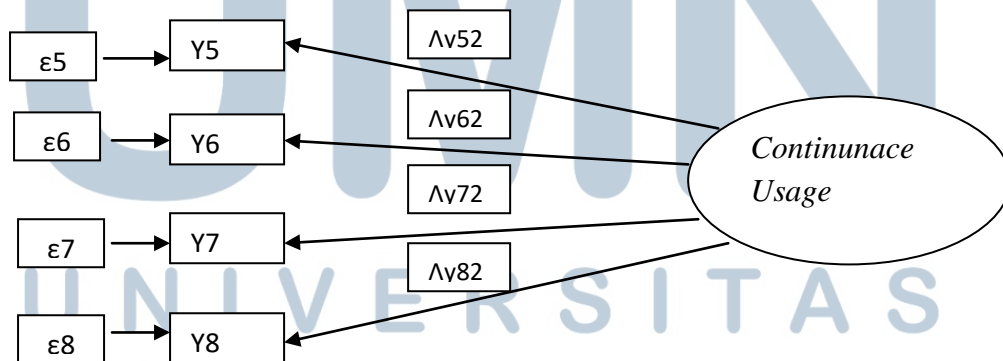
Dalam penelitian ini model terdiri dari empat indikator pernyataan yang merupakan 1st CFA yang mewakili satu variabel laten yaitu *Trust*. Variabel laten ζ_3 mewakili *trust*.



Gambar 3.14 Model pengukuran *trust*

6. Continuance Usage

Dalam penelitian ini model terdiri dari empat indikator pernyataan yang merupakan 1st CFA yang mewakili satu variabel laten yaitu Continuance usage. Variabel η_2 *continuance usage*.



Gambar 3.15 Model pengukuran *continuance usage*

3.8 Model Keseluruhan Penelitian (Path Diagram)

