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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Steam merupakan sebuah platform yang menjual sebuah game dengan versi digital serta mengelola ribuan games dengan berbagai genre, *steam* di ciptakan agar setiap pemain game online dapat mengunduh dan mengupdate sebuah game secara *online* tanpa harus memiliki kaset fisik, serta dapat memberikan kesan efisiensi kepada para pemainnya. Pencipta *software steam* adalah *Valve Coorporation*, perusahaan ini merupakan pengembang vidio game serta menjadi distribusi digital game.

Gambar 3. 1 Logo *Steam*

Sumber : store.steampowered.com

Valve Corporation merupakan pengembang game *Defense of the Ancients* 2 (Dota 2), game yang sedang popular karena permainan ini selalu memberikan hadiah yang sangat fantastis yaitu sebesar US$ 34 juta jika dirupiahkan menjadi 530 millar rupiah (jika kurs Rp.15.600 / US$), game ini mempunyai banyak

penggemar terutama di negara Indonesia, pergerakan sebuah komunitas yang dapat mengembangkan game ini ke kancah international, serta didukung dengan kompetitifnya yang tinggi maka banyak peminatnya. Jenis game ini merupakan MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*), *Dota* 2 juga merupakan game *free to play*, dimana setiap pemain tanpa harus membeli apapun di dalam game seperti unlock sebuah *hero* / karakter utama serta game ini dapat dimainkan di *operating system Windows* dan *MacOS*.

Di dalam game *Dota* 2, terdapat sebuah fitur yang dapat meningkatkan sebuah performa setiap pemainnya yaitu *Dota Plus*, jika pemain ingin memakai fitur *Dota Plus* maka ia harus melakukan sebuah berlangganan setiap bulannya. Fitur ini dapat mendorong para pemain untuk dapat menguasai game *Dota* 2, karena setiap pemain harus menyelesaikan misi yang telah diberikan.

Gambar 3. 2 *Dota Plus*

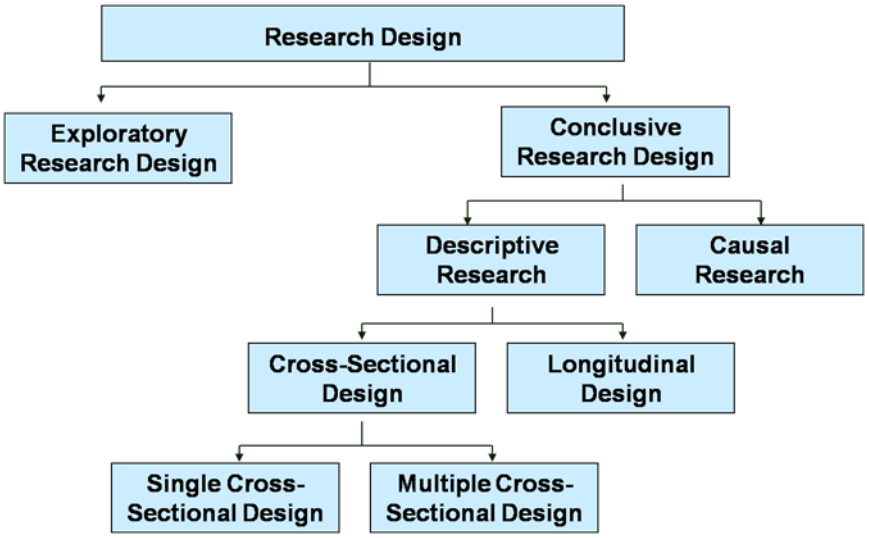
Sumber : *Dota* 2

Pada dasarnya fitur yang diberikan *Dota Plus* berbagai macam seperti *hero progression, plus assistant, plus rewards,*dan *plus perks*. *Hero progression* dapat membantu pemain dalam menggunakan *hero* (karakter utama) di dalam sebuah permainan, plus assistant merupakan fitur yang dapat memberikan sebuah saran untuk pemain dalam melakukan pengambilan sebuah keputusan, *plus rewards* merupakan fitur untuk pemain yg ingin menukarkan sebuah shards untuk dijadikan sebuah *set hero, legacy, hero relics, chat wheel,* dan tools. *Plus perks,* fitur yang dapat mengembangkan *skill* pemain, karena fitur ini membuat sebuah perlombaan *Dota* 2 dengan nama *weekly battle cup,* serta dapat mempertemukan banyak tim, jika pemain dapat memenangkan perlombaan tersebut maka akan mendapatkan *rewards* berupa *shards, special emoticon* dan sebagainya. Cara pemain mendapatkan sebuah shards dengan menyelesaikan misi yang telah diberikan oleh *Dota Plus* dan memenangkan *weekly battle cup*.

Gambar 3. 3 *Reward Dota Plus*

Sumber : *Dota* 2

3.2 Desain Penelitian



Gambar 3. 4 Research Design

Sumber : (Maholtra, 2010)

Desain penelitian adalah suatu kerangkat untuk melakukan penelitian pemasaran yang membutuhkan langkah untuk mendapatkan sebuah informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan masalah yang sedang di teliti (Malhotra, 2010).

Desain penelitian terbagi menjadi dua jenis yaitu *Exploratory Research Design* dan *Conclusive Design* (Malhotra, 2010).

1. ***Exploratory Research Design***

   Jenis penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan sebuah gagasan dan konsep terhadap situasi sebuah masalah yang dihadapi oleh peneliti sehingga peneliti dapat memperoleh wawasan dan pemahaman tentang sesuatu yang di teliti.

2. *Conclusive Research Design*

Pada jenis penelitian ini dapat digunakan untuk membantu dalam pengambilan sebuah keputusan yang tepat jika suatu kondisi atau masalah. Tujuan penelitian menggunakan *Conclusive Research Design* untuk menguji hipotesis dan hubungan antar variabel (Malhotra, 2010). *Conclusive Research Design* dibagi lagi menjadi dua jenis penelitian yaitu:

a) *Descriptive Research Design*

Jenis penelitian ini bertujuan untuk menejelaskan secara rinci suatu karakteristik yang ada di pasar. Metode Pengumpulan data yang digunakan adalah Survei Panel, Observasi, dan data lainnya. (Malhotra, 2010).

b) *Causal Research Design*

Jenis penelitian ini bertujuan untuk menentukan dan mendapatkan hubungan suatu sebab akibat antar variable. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan metode eksperimen (Malhotra, 2010).

Penelitian ini menggunakan tipe design *Conclusive Research Design* dengan jenis *Descriptive Research Design*. Cara yang digunakan dalam mengumpulkan sebuah data dengan cara Survei menggunakan kuisioner. Kuisioner adalah pertanyaan terstruktur yang diberikan kepada sampel dari populasi untuk memperoleh informasi yang dibutuhakn dari responden atau sampel. Kuisioner menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5. Arti dari perhitungan jika responden menjawab skala 1 menyatakan bahwa responden sangat tidak setuju, skala 2 menyatakan bahwa responden tidak setuju, skala 3 menyatakan Bahwa responden netral, skala 4 menyatakan bahwa responden

setuju , dan skala 5 menyatakan bahwa responden sangat setuju. Dari kelima jawaban tersebut dapat membantu peneliti dalam menentukan jawaban dari responden itu sendiri.

3.3 Prosedur Penelitian

1. Dalam mendukung penelitian, peneliti melakukan pengumpulan berbagai jurnal, buku, literature agar dapat endukung penelitian ini sampai selesai.
2. Membuat dan menyusun sebuah kuisioner sesuai tabel *measurement* jurnal utama dan memilih kata yang tepat agar mudah dipahami oleh responden dalam melakukan pengisian kuisioner sehingga bisa mendapatkan jawaban yang relevan.
3. Melakukan pre-test dengan menyebarkan kuisioner kepada 30 responden, dan mengasumsikan bahwa n adalah jumlah dari pernyataan di dalam kuisioner. maka n x 5. Dalam ini terdapat 31 pernyataan , oleh karena itu minimal sampel dalam penelitian ini adalah 31 x 5 = 155
4. Hasil dari *pre-test* akan di analisis menggunakan sebuah software SPSS versi 25. Hasil *pre-test* ini merupakan penentuan bagi peneliti dapat melanjutkan penelitian ini serta dapat menyebarkan kuisioner lebih banyak lagi.
5. Data yang sudah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan di analisis kembali menggunakan *software* Lisrel Version 8.80.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi yang dimaksud adalah keseluruhan dari semua karakteristik yang sejenis dan populasi menjadi suatu objek penelitian. Dalam penelitian ini target populasi nya adalah seluruh masyarakat Indonesia yang pernah menggunakan fitur *Dota Plus*. Oleh karena itu digunakan untuk menentukan sebuah sampling frame agar memiliki jangkauan dalam proses mencari responden.

3.4.1 Sampel Unit

Sampling unit merupakan orang yang berada di dalam populasi tertentu yang nantinya akan di jadikan sampel dalam penelitian (Malhotra, 2010). Sample sangat membantu dalam menentukan sebuah target populasi. Berikut kriteria Sample unit dalam penelitian ini :

- Pria atau wanita yang berusia 17 – 55 tahun
- Berlangganan fitur *Dota Plus*
- Berdomisili di Jabodetabek

Pada tahapan umur peneliti memilih kriteria minimal 17 tahun, dikarenakan usia tersebut sudah matang dalam pengambilan sebuah keputusan dalam pengisian kuisioner yang sudah peneliti sebarkan.

3.4.2 *Time Frame*

Menurut (Malhotra, 2010), *time frame* merupakan sebuah jangka waktu dari sebuah penelitian, sejak awal melakukan pengumpulan sampai melakukan proses sebuah data. *Time frame* pada penelitian ini dimulai pada bulan februari sampai juni tahun 2020 serta penyebaran kuisioner dilakukan pada bulan april 2020.

3.4.3 Sampling Size

Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan melalui banyaknya jumlah item pernyataan pada kuIsioner dengan menggunakan rumus n x 5 sampai dengan n x 10 (Hair, *et al*, 2010). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan n x 5 dengan 31 indikator yang digunakan untuk mengukur 9 variabel, sehingga responden yang dibutuhkan adalah 155 responden.

3.4.4 *Sampling Technique*

Menurut (Malhotra, 2010) Dalam penentuan teknik sampling dapat melalui dengan dua cara yaitu teknik probability sampling dan non-probability sampling.

1. ***Probability Sampling***, setiap populasi dapat memiliki sebuah peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel. Sampel ini bisa dikatakan bahwa setiap populasi berhak dijadikan sebuah sampel penelitian.
2. ***Non-probability Sampling***, pada teknik sampling ini tidak semua populasi memiliki peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel, dapat dikatakan bahwa semua orang tidak memungkinkan untuk menjadi responden pada sebuah penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non-probability Sampling***,** karena tidak semua anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Dapat diartikan bahwa responden pada penelitian ini adalah orang yang bermain game *Dota* 2 yang sedang berlangganan *Dota Plus*.

Menurut (Malhotra, 2010), dalam teknik *non-probability Sampling* terdapat 4 teknik yang dapat digunakan, seperti :

1. ***Convinience Sampling***, pada teknik ini peneliti lebih mudah untuk mendapatkan sebuah sampel karena dalam pemilihan sebuah sampel bergantung kepada peneliti.
2. ***Judgemental Sampling***, pada teknik ini peneliti dapat memilih kriteria yang sesuai dengan melakukan sebuah pertimbangan oleh peneliti.
3. ***Quota Sampling,*** merupakan teknik *non-probability Sampling* yang memiliki dua tahap dalam melakukan penyelesaiannya. Tahap pertama menentukan jumlah kuota dari masing-masing populasi. Tahap kedua mengambil sampel dari kuota berdasarkan teknik *convenience* atau *judgemental*.
4. ***Snowball Sampling,*** pada teknik ini responden dipilih secara acak, serta responden tersebut dipilih berdasarkan refrensi atau informasi yang telah diberikan oleh orang lain.

Pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability Sampling* dengan memakai teknik *Judgemental Sampling*, karena sampling technique tersebut dapat menentukan sebuah kriteria responden yang telah mewakili dari sebagian populasi. *Judgemental sampling* dipilih karena dalam mengumpulkan responden kriteria dalam penelitian telah dipertimbangkan oleh peneliti.

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variable yang dikenal dengan nama variable laten. Variable laten salah satu variable yang tidak dapat diukur dengan apapun. Penelitian ini menggunakan 2 jenis variabel yaitu variabel *Eksogen* dan varibel *Endogen*, kedua variabel tersebut sangat mempunyai peran untuk mempengaruhi antar satu variabel dengan variabel lainnya.

3.5.1 Variabel *Eksogen*

Variabel Eksogen adalah sebuah variabel yang akan selalu muncul sebagai variabel bebas, tidak mempengaruhi variabel manapun bisa disebut sebagai variabel independen. Variabel ini bisa digambarkan sebagai lingkaran yang mempunyai anak panah mengarah semua keluar. (Wijayanto, 2008) Dalam penelitian ini variabel eksogen nya adalah *performance expectancy, effort expectancy, social influence,facilitating conditions, hedonic motivation, price value*, dan *habit*

3.5.2 Variabel *Endogen*

Variabel endogen adalah sebuah variabel yang mengikat pada variabel lainnya ,minimal mempunyai keterikatan dengan 1 persamaan dalam model, varibel ini bisa disebut variabel yang mempengaruhi variabel lainnya atau lebih bisa dikatakan variabel Dependen. Variabel ini paling sedikit memiliki satu anak panah yang masuk kedalam lingkaran tersebut dan pada lingkaran tersebut ada anak panah lain yang menuju keluar. Pada penelitian ini terdapat variabel eksogen yaitu seperti *behavioral intention* dan *use behavior*

3.6 Definisi Tabel Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Kode	Scale	Measuremennt
Performance Expectancy	*Performance Expectancy* adalah sebuah tingkatan atau tolak ukur kepada konsumen ketika menggunakan sebuah teknologi serta konsumen tersebut mendapatkan manfaat dari penggunaan teknologi dalam aktivitas tertentu (Martins, Oliveira, & Popovi, 2014)	**PE1** **PE2** **PE3** **PE4**	**1-5**	(PE1) Saya menemukan Dota Plus yang sangat berguna dalam memainkan game Dota 2 (PE2) Menggunakan fitur Dota Plus dapat meningkatkan kesempatan saya dalam mencapai hal-hal yang penting dalam sebuah permainan. (PE3) Menggunakan Dota Plus dapat membantu saya dalam mencapai sesuatu dengan lebih cepat (PE4) Menggunakan Dota Plus dapat meningkatkan produktivitas saya

Effort Expectancy	*Effort Expectancy* adalah sebuah tingkat kemudahan seseorang dalam menggunakan sebuah teknologi (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, Electronic Health Record Patient Portal Adoption by Health Care Consumers: An Acceptance Model and Survey, 2003).	**EE1** **EE2** **EE3** **EE4**	**1-5**	(EE1)Belajar bagaimana menggunakan Dota Plus sangat mudah bagi saya . (EE2) Interaksi saya dengan dota plus jelas dan dapat dimengerti. (EE3) Saya merasakan dota plus mudah untuk digunakan. (EE4) Sangat mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan dota plus.
Social Influence	*Social Influence* adalah seseorang akan terpengaruh jika mempercayai orang lain sehingga ia harus	**SI1** **SI2** **SI3**	**1-5**	(SI1)Orang yang saya anggap penting berpikir bahwa saya harus menggunakan dota plus. (SI2) Orang yang mempengaruhi prilaku

	menggunakan system baru (Venkatesh, Thong, & Xu, Behavior intention of animation usage among university students, 2012).			saya dalam berpikir bahwa saya harus menggunakan dota plus . (SI3) Orang yang pendapatnya saya hargai lebih suka saya memakai dota plus .
Facilitating Conditions	*Facilitating Conditions* adalah seseorang yang percaya bahwa dengan adanya fasilitas maka dapat mendukung sebuah tekonologi (Taylor & Todd, The moderating role of consumer technology anxiety in mobile shopping adoption:	**FC1** **FC2** **FC3** **FC4**	**1-5**	(FC1) Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan dota plus. (FC2) Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan dota plus. (FC3) Dota Plus sangat kompetibel dengan teknologi lain yang saya gunakan. (FC4) Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika

	differential effects of facilitating conditions and social influence, 1995).			saya mengalami kesulitan dengan Dota Plus.
Hedonic Motivation	*Hedonic Motivation* adalah sebuah pengantar adaptasi dari sebuah teknologi dalam membantu sikap positif terhadap para konsumen atau pengguna. (Huang, 2015)	**HM1** **HM2** **HM3**	**1-5**	(HM1) Menggunakan Dota plus sangat menyenangkan. (HM2) Menggunakan Dota Plus sangat nyaman. (HM3) Menggunakan Dota Plus sangat menghibur.
Price Value	*Price Value* adalah seseorang konsumen yang melakukan sebuah pertukaran antara manfaat dengan	**PV1** **PV2** **PV3**	**1-5**	(PV1) Dota Plus mempunyai harga yang terjangkau. (PV2) Fitur dota plus sebanding dengan apa yang dibayarkan.

	biaya yang dikeluarkan untuk suatu produk tertentu. (Dodds, Monroe, & Grewal, 1991)			(PV3) Pada saat ini Dota plus memberikan nilai yang baik.
Habit	*Habit* adalah seseorang dengan melakukan sebuah kegiatan secara berulang tanpa adanya kesadaran, pembentukan habit berawal dari pengalaman, pengetahuan, dan keterampilan (Limayem, Hirt, & Cheung, The influence of hedonic motivation, self-efficacy, trust and	**H1** **H2** **H3** **H4**	**1-5**	(H1)Penggunaan Dota Plus sudah menjadi kebiasaan bagi saya. (H2) Saya ketergantungan dalam menggunakan dota plus. (H3) Saya harus menggunakan *Dota Plus*. (H4) Menggunakan Dota plus telah menjadi hal yang normal bagi saya.

	habit on adoption of internet banking: a case of developing country, 2007).			
Behavioral Intention	*Behavioral Intention* adalah sikap seseorang dalam melakukan pembelian suatu produk yang di dasar oleh pengalaman pembelian sebelumnya, sikap tersebut mempunyai ikatan yang sangat kuat dengan konsumen, karena dapat membuat konsumen kembali lagi	**BI1** **BI2** **BI3**	**1-5**	(BI1) Saya bermaksud untuk menggunakan dota plus di masa yang akan datang (BI2) Saya akan mencoba selalu untuk menggunakan dota plus dalam kehidupan sehari-hari (BI3) Saya berencana untuk sering menggunakan dota plus

	membeli produk dan konsumen bisa merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. (Oliver, Segmenting beyond behavioural intentions: Fine tuning music festival visitors, 1999).			
Use Behavior	Use behavior adalah sebuah kegiatan yang dilakukan seseorang dengan tolak ukur frekuensi, durasi, intensitas terhadap	**UB1** **UB2** **UB3**	**1-5**	(SI1) Saya cenderung sering menggunakan dota plus (SI2) Saya menghabiskan banyak waktu di dota plus (SI3) Saya terlibat banyak dalam dota plus

	system tertentu. (Venkatesh, Brown, Brown, Maruping, & Bala, 2008)			

Tabel 3. 1 Definisi Tabel Operasional

3.7 Teknis Pengolahan Analisis Data

Dalam menguji atau mengolah sebuah data peneliti harus melakukan pengujian terhadap variabel yang sudah digunakan, agar mengetahui apakah valid atau tidaknya data yang diperoleh. Teknis dalam pengujian atau pengolahan data dapat digunakan untuk menguji reliabel, pada hal tersebut kita dapat mengetahui apakah responden mempunyai pernyataan secara konsisten atau tidak.

3.7.1 Metode Analisis Data *Pre-test* Menggunakan Faktor Analisis

Uji pre-test dapat dilakukan dengan metode faktor analisis. Faktor analisis adalah uji dengan teknik reduction dan summarization data (Malhotra, 2010). Analisis faktor bertujuan untuk mengetahui valid tidaknya indicator pertanyaan. Uji Pre-test ini memiliki fungsi apakah data yang sudah peneliti dapat sudah relaibel atau belum.

3.7.1.1 Uji Validitas

Menurut (Malhotra, 2010) uji validitas adalah sebuah test untuk mengukur apakah *measurement* yang telah digunakan dalam sebuah penelitian sudah efisien atau belum dalam sebuah variabel yang ada di dalamnya.

Berikut syarat uji validitas menurut (Malhotra, 2010)

- Nilai KMO ≥ 0.5 untuk menandakan bahwa analisis faktor telah memadai
- Hasil uji nilai Sig Bartlett's Test harus ≤ 0,05 agar menunjukkan hubungn yang signitikan antara variabel dan merupakan nilai yang diharapkan
- Faktor *Loading* yang dibutuhkan adalah diatas 0,5 untuk dikatakan bahwa indikator tersebut valid
- Nilai *Anti Image* harus diatas 0,5 untuk menunjukkan bahwa variabel tersebut valid

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

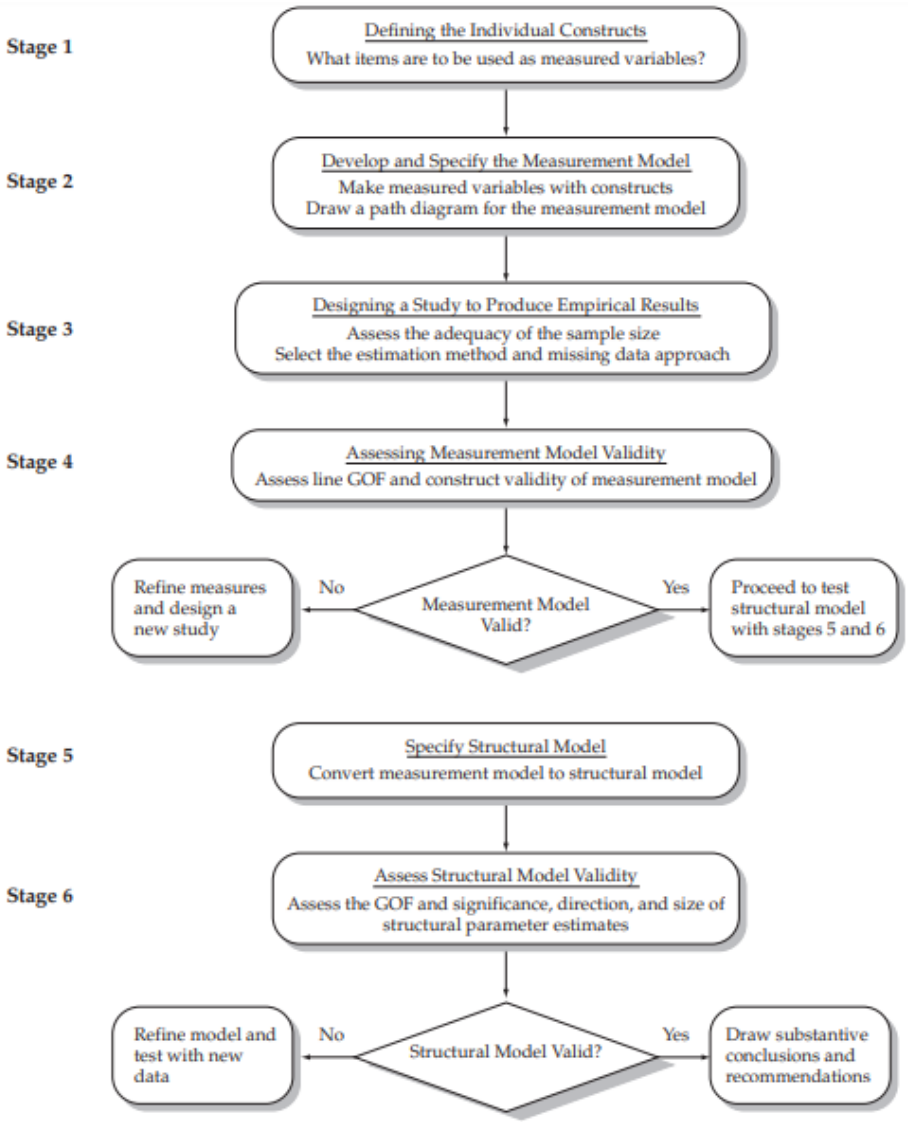
Uji *reliabilitas* adalah sebuah uji dimana didalam penelitian untuk menganalisis tingkat ketepatan dalam sebuah penelitian. Sebuah tingkat reliabilitas dapat dilihat melalui data dari responden dengan yang mempunyai jawaban konsisten. Uji reliabilitas lebih kearah sejauh mana pengukuran suatu tes yang sudah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek yang sama. Penelitian ini dapat dilanjutkan apabila hasil dari ujia reliabilitas menunjukkan kekonsistenan para responden yang sama. Pengukuran data yang menunjukan apakah reliabel atau tidak, valid atau tidaknya apabila nilai *Cronbach Alpha* tidak kurang dari 0,6. (Malhotra, 2010).

3.7.2 Metode Analisis Menggunakan *Structural Equation Model* (SEM)

Penelitian ini menggunakan analisis data yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM lebih dikenal dengan sebuah teknik analisis multivariate kombinasi hubungan faktor dan analisis regresi. Teknik ini mempunyai fungsi untuk mengetahui hubungan antar variabel didalam sebuah penelitian. Dalam menganalisis menggunakan SEM, ada *software* pendukung yang digunakan yaitu

Lisrel versi 8.8 dengan menguji validitas, reliabilitas dan uji hipotesis suatu penelitian (Hair, *et al*, 2010)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data dengan Structural Equation Modeling (SEM), karena teknik ini dapat berfungsi untuk menguji hubungan antar variabel di dalam sebuah model penelitian.



Gambar 3. 5 Prosedur *Structural Equation Model*

Sumber : (Hair, *et al*, 2010)

3.7.2.1 Kecocokan Model Pengukuran (*Measurement Model Fit*)

Uji kecocokan model pengukuran yang dilakukan dengan cara mengevaluasi atau uji kecocokan model pengukuran . Evaluasi terhadap setiap konstruk atau model pengukuran (variabel laten dengan reliabilitas). (Wijayanto, 2008)

1. **Evaluasi terhadap Validitas (*validity*) dari Model Pengukuran**

   Pada evaluasi terhadap validitas, validitas yang dimaksud adalah apakah suatu variabel mengukur apa yang harus di ukur, validitas tidak dapat dibuktikan tetapi validitas dapat didukung dengan kea rah pembuktian yang dapat dikembangkan. Suatu variabel mempunyai validitas bagus terhadap variabel laten apabila muatan faktor standarnya (standardized factor loadings) $\geq$ 0.50 dan t-value di dalam loading factor $\geq$ 1.65

2. **Evaluasi terhadap Reliabilitas (*reliability*) dari Model Pengukuran**

   Realibilitas yang tinggi menunjukan bahwa indkator mempunyai sebuah konsisten yang tinggi dalam mengukur varibel laten. Suatu variabel laten dikatakan mempunyai reliabilitas jika nilai dari *Construct Reliability* $\geq$ 0.70 dan mempunyai nilai *Variance Extracted* $\geq$ 0.50

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

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

Gambar 3. 6 Rumus *construct realibility* dan *variance extracted*

Sumber : (Hair, *et al*, 2010)

3.7.2.2 Kecocokan Model Structural (Structural Model Fit)

Menurut (Hair, *et al,* 2010) pada tahap ini menguji kecocokan antara data dengan model penelitian ,atau biasa disebut dengan *Goodness of Fit* (GOF). Untuk menguji GOF tidak dapat dilakukan secara langsung , diperlukan uji statistic yang menjelaskan kekuatan prediksi model penelitian. GOF dibagi menjadi beberapa ukuran yang dapat dikombinasi terdapat tiga seperti :

1. **Absolute Fit Measure**

   Suatu tolak ukur kecocokan absolute menentukan derajat prediksi model secara keseluruhan terhadap matrik korelasi dan kovarian. Ukuran ini mengandung ukuran ukuran yang mewakilkan sudut padang dari overall fit .

2. **Incremental Fit Measure**

   Ukuran kecocokan incremental dengan membandingkan model yang sudah diusulkan dengan model dasar yang biasanya disebut sebagai independence model. Pada konsep ini akan menempatkan sebuah tingkat dari kecocokan model data.

3. **Parsimonious Fit Model**

   Ukuran kecocokan parsimony mengaitkan antara GOF Model dengan jumlah parameter yang diestimasikan , diperlukan untuk mencapai kecocokan pada tingkat tersebut. Dapat dikatakan baik apabila memperoleh degree of fit setinggi tingginya . Ukuran ini bertujuan untuk mendiagnosa kecocokan model .

(Hair, *et al*, 2010) menyatakan bahwa uji model structural dapat dilakukan dengan *Goodness of Fit* model dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Nilai chi-square x2 dengan *degree freedom* (df)
2. Satu kriteria *absolute fit index* seperti GFI,RMSEA,SRMR, dan Normed Chi-Square
3. Satu kriteria *incremental fit index* (CFI atau TLI)
4. Satu kriteria *goodness of fit* (GFI, CFI, TLI)

Tabel 3. 2 Tabel *Goodnes of fit* (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**
Absolute Fit Indices						
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 RMSEA
	≥ 0.97	≥ 0.95	> 0.92	≥ 0.97	≥ 0.92	≥ 0.90
Incremental Fit Indices						
CFI	CFI	CFI	CFI	CFI	CFI	CFI
	≥ 0.97	≥ 0.95	> 0.92	≥ 0.95	> 0.92	> 0.90
Parsimony Fit Indices						
PNFI	0 ≤ NFI ≤ 1, *relatively high values represent relatively better fit*					

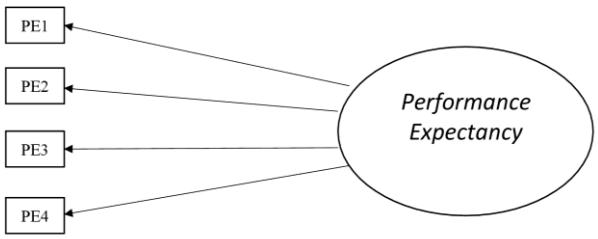
Sumber : (Hair, *et al*, 2010)

3.8 Model Pengukuran

Pada penelitian ini terdapat 9 model pengukuran berdasarkan variabel variabel yang di ukur sebagai berikut :

1. *Performance Expectancy*

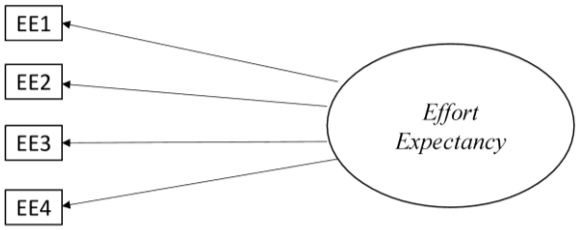
Dalam model ini terdapat empat pernyataan atau indikator yang merupakan *first order confimartory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili variabel laten *yaitu performance expectancy*. Variabel laten ditandai dengan ζ1 mewakili *performance expectancy* yang digambarkan seperti berikut :



Gambar 3. 7 Model Pengukuran *Performance expectancy*

2. *Effort Expectancy*

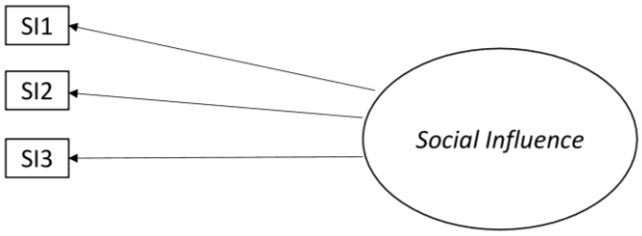
Dalam model ini terdapat empat pernyataan atau indikator yang merupakan *first order confimartory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili variabel laten *yaitu effort expectancy*. Variabel laten ditandai dengan ζ2 mewakili *effort expectancy* yang digambarkan seperti berikut :



Gambar 3. 8 Model Pengukuran *Effort Expectancy*

3. Social Influence

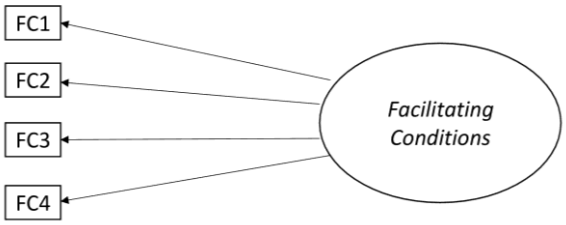
Dalam model ini terdapat tiga pernyataan atau indikator yang merupakan *first order confimartory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili variabel laten *yaitu social influence*. Variabel laten ditandai dengan ζ3 mewakili *social influence* yang digambarkan seperti berikut :



Gambar 3. 9 Model Pengukuran *Social Influence*

4. Facilitating Conditions

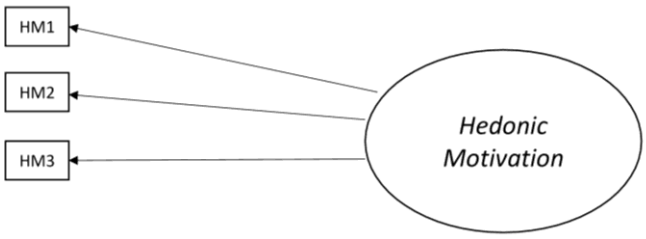
Dalam model ini terdapat empat pernyataan atau indikator yang merupakan *first order confimartory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili variabel laten *yaitu faciltating conditions*. Variabel laten ditandai dengan ζ4 mewakili *faciltating conditions* yang digambarkan seperti berikut :



Gambar 3. 10 Model Pengukuran *Facilitating Conditions*

5. *Hedonic Motivation*

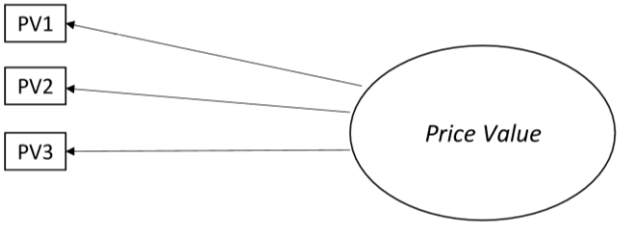
Dalam model ini terdapat tiga pernyataan atau indikator yang merupakan *first order confimartory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili variabel laten *yaitu hedonic motivation* . Variabel laten ditandai dengan ζ5 mewakili *hedonic motivation* yang digambarkan seperti berikut :



Gambar 3. 11 Model Pengukuran *Hedonic Motivation*

6. *Price Value*

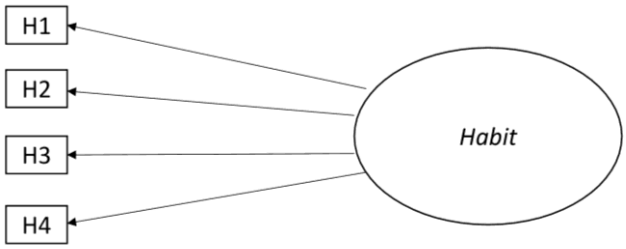
Dalam model ini terdapat tiga pernyataan atau indikator yang merupakan *first order confimartory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili variabel laten *yaitu price value* . Variabel laten ditandai dengan ζ6 mewakili *price value* yang digambarkan seperti berikut



Gambar 3. 12 Model Pengukuran *Price Value*

7. Habit

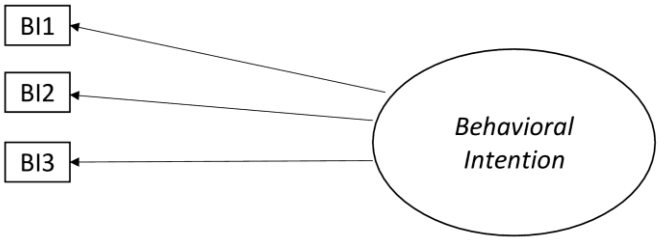
Dalam model ini terdapat empat pernyataan atau indikator yang merupakan *first order confimartory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili variabel laten *yaitu habit*. Variabel laten ditandai dengan ζ7 mewakili *habit* yang digambarkan seperti berikut :



Gambar 3. 13 Model Pengukuran *Habit*

8. Behavioral Intention

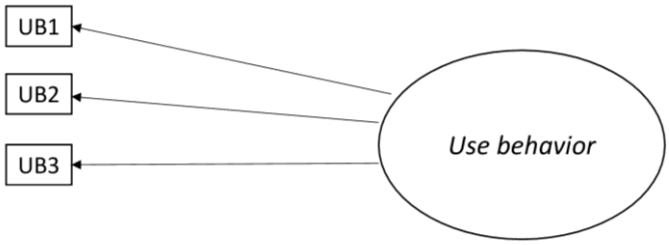
Dalam model ini terdapat empat pernyataan atau indikator yang merupakan *first order confimartory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili variabel laten *yaitu behavioral intention.* Variabel laten ditandai dengan η1 mewakili *behavioral intention*yang digambarkan seperti berikut :



Gambar 3. 14 Model Pengukuran *Behavioral Intention*

9. Use Behavior

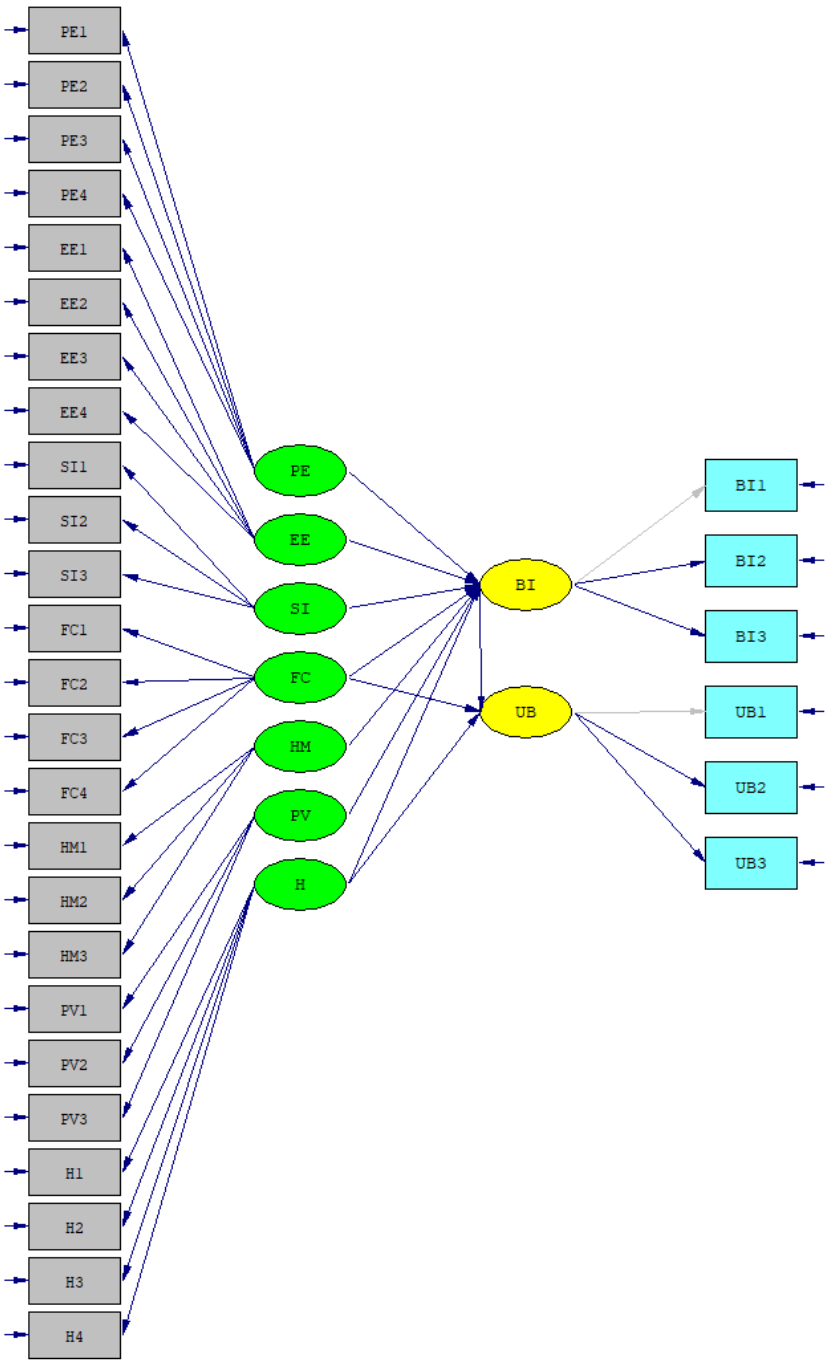
Dalam model ini terdapat empat pernyataan atau indikator yang merupakan *first order confimartory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili variabel laten *yaitu behavioral intention.* Variabel laten ditandai dengan η2 mewakili *behavioral intention*yang digambarkan seperti berikut :



Gambar 3. 15 Model Pengukuran *Use Behavior*

\

3.9 Model Keseluruhan Penelitian (Path Diagram)



Gambar 3. 16 Model keseluruhan penelitian (Path Diagram)