

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Netflix Inc. merupakan salah satu layanan *video streaming* nomor satu Indonesia yang dapat diakses dari *smartphone*, laptop, tablet, dan televisi. Netflix.com sebagai situs penyewaan dan penjualan DVD pertama diluncurkan pada tahun 1998. Akan tetapi, Netflix baru diluncurkan sebagai website *streaming* pada tahun 2007. Netflix diluncurkan di Kanada, Amerika Latin, Karibia, Inggris, Irlandia, negara-negara Nordik, Austria, Belgia, Perancis, Jerman, Luksemburg, Swiss, Kuba, Italia, Jepang, Spanyol, Selandia Baru, dan masih banyak lagi hingga mencapai 130 hingga 190 negara.



Gambar 3. 1 Logo Netflix

Sumber : Netflix.com

Netflix sebagai layanan *video on demand* terlihat menjanjikan hasil yang mengesankan dan ini menjadi hal yang tidak dapat dihindari mengingat persaingan layanan sejenis akan semakin ketat (Wallenstein, 2012). Netflix juga menjelaskan mengenai tiga kategori terkait pengetahuan dalam layanan *streaming*, yaitu (Burroughs, 2018):

- a. *Netflix* mengklaim dirinya menjadi televisi berkualitas.

b. Dalam menggunakan layanan *streaming*, algoritma pengguna *Netflix* secara diskursif dalam menempatkan penggunanya

c. *Cord-cutters* dan *cord-never*.

Netflix sendiri di Indonesia sudah resmi masuk ke Indonesia sejak 7 Januari 2016 dimana Netflix mematok tiga jenis paket pada awal kemunculannya. Paket pertama adalah paket basic seharga Rp 109.000,- / bulan, paket standar seharga Rp 139.000,- / bulan, dan paket premium seharga Rp 169.000,- / bulan. Namun, kedatangan Netflix justru membuat penyedia layanan televisi seperti, Indovision milik MNC Sky Vision khawatir. Itu terbukti dari menurunnya pasar saham emiten MNCN sebanyak 3% dalam sehari. Bahkan, pada tanggal 27 Januari 2016, Netflix diblokir oleh Telkom dari seluruh layanan internetnya. Hal ini dikarenakan konten yang dimiliki Netflix tidak memenuhi regulasi di Indonesia, yaitu terlalu banyak memuat konten-konten berbau pornografi. Netflix juga dianggap sebagai perusahaan yang menyediakan layanan internet dengan memanfaatkan jaringan operator telekomunikasi. Selain itu, dengan kuota yang diperlukan untuk menggunakan Netflix cukup besar, hal ini akan merugikan pihak Telkom ketika penggunanya menggunakan paket unlimited. Adapun Netflix masih tidak dapat beroperasi secara maksimal di Indonesia karena beberapa hal, yaitu sistem pembayaran yang hanya mengandalkan kartu kredit dimana penggunaan kartu kredit di Indonesia cenderung rendah berada di 2% dari total penduduk Indonesia saat itu, bahasa pun menjadi masalah karena Netflix belum menyediakan layanan sulih bahasa atau translate bahasa dimana Indonesia bahasa inggrisnya tergolong masih rendah pada masa itu, terakhir yang cukup vital adalah data internet di Indonesia yang masih 2G yang membuat film atau series memiliki kualitas yang tidak high definition. Terlebih lagi, pemerintah lebih berhati-hati lagi dengan keberadaan Netflix khususnya untuk perundang-undangannya yang diperketat (Wibisono, 2016).

### 3.2 Research Data

Dalam data penelitian, terdapat 2 jenis *research data*, yaitu (Malhotra, 2019) :

#### 1. *Primary Data*

*Primary data* adalah sekumpulan data yang didapatkan langsung oleh

peneliti untuk memecahkan permasalahan yang ada. *Primary data* ini didapatkan dengan cara menggunakan metode *survey*, *in-depth interview*, kuesioner, observasi, FGD (*Focus Group Discussion*), dan studi kasus.

## 2. *Secondary Data*

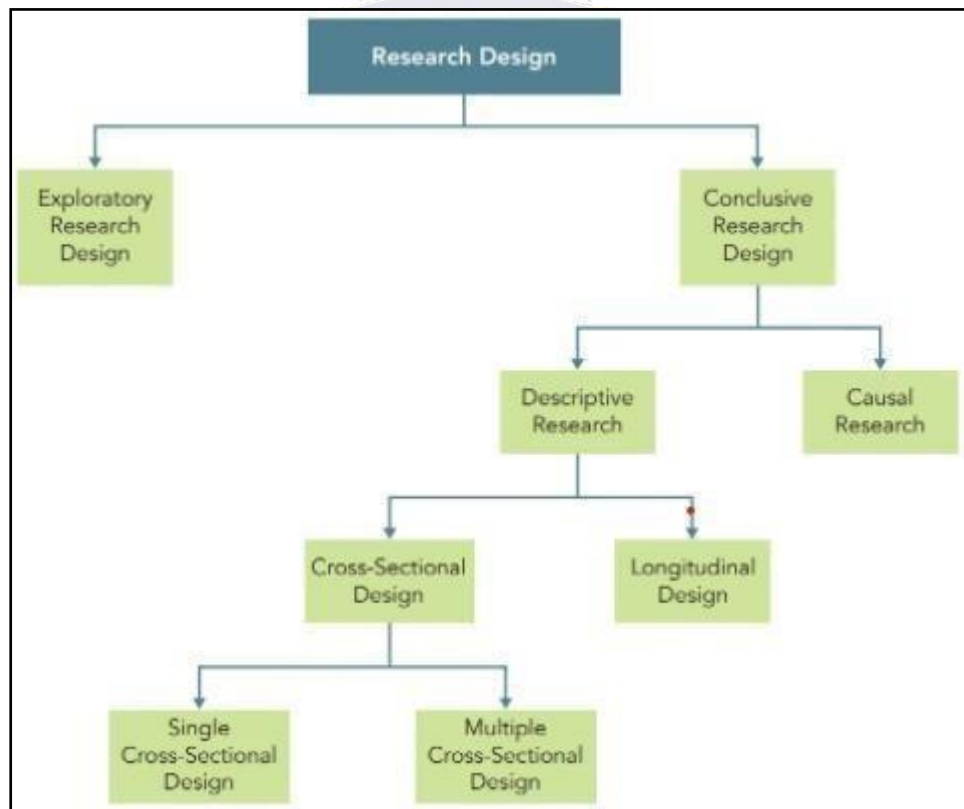
*Secondary data* adalah sekumpulan data yang didapatkan oleh peneliti melalui sumber-sumber yang sudah ada untuk mendukung penelitian. *Secondary data* ini didapatkan dengan cara *database*, buku, artikel, literatur, dan penelitian terdahulu.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kedua jenis data tersebut dimana dalam *primary data*, peneliti menggunakan kuesioner dalam bentuk *Google Form* untuk mendapatkan data responden yang akan dikelolah. Peneliti juga menggunakan *secondary data* dimana peneliti memakai penelitian terdahulu, literatur, artikel dan buku untuk mendukung pengisian latar belakang, landasan teori, dan metodologi penelitian dalam penelitian ini.

### 3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan suatu kerangka kerja atau blueprint yang berguna untuk mendapatkan informasi supaya dapat menjalankan penelitian dan dapat memberikan pemecahan suatu masalah. Desain penelitian ini merinci kepada prosedur yang diperlukan untuk mendapatkan informasi guna menyusun atau menyelesaikan permasalahan yang sedang terjadi (Malhotra, 2019).

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 2 Research Design Classification

Sumber : Malhotra (2019)

Gambar 3.2 merupakan struktur dari klasifikasi jenis-jenis desain penelitian menurut Malhotra (2019). Menurut Malhotra (2019), ada dua jenis desain penelitian, yaitu *Exploratory Research Design* dan *Conclusive Research Design*. Berikut penjelasan detail mengenai kedua jenis desain penelitian ini :

1. *Exploratory Research Design* adalah jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk mengeksplorasi suatu masalah atau situasi yang kemudian diberikan pemahaman atau wawasan terkait pemberian solusi. *Exploratory* bersifat fleksibel dan tidak terstruktur seperti, wawancara pribadi hingga dapat menghasilkan yang lebih maksimal dan representatif sebab data tersebut bersifat kualitatif dan analisis. Adapun tujuan lainnya dari *Exploratory Research Design*, yaitu :

- a. Merumuskan atau mengidentifikasi masalah dengan tepat.
  - b. Mengidentifikasi tindakan alternatif.
  - c. Mengembangkan hipotesis.
  - d. Memisahkan variabel kunci dan hubungan untuk pemeriksaan lebih lanjut.
  - e. Mendapatkan wawasan untuk mengembangkan pendekatan terhadap masalah yang ada.
  - f. Menetapkan prioritas untuk penelitian lebih lanjut.
2. *Conclusive Research Design* adalah jenis penelitian yang berguna untuk menguji hipotesis sekaligus memeriksa hubungan tertentu dan karena hal tersebut, peneliti harus lebih berhati-hati dalam menentukan suatu informasi yang akan dibutuhkan dalam penelitian. Penelitian jenis ini lebih formal dan terstruktur dikarenakan adanya dasar pada sampel yang besar dan representatif. Jenis penelitian ini digunakan sebagai masukan dalam pengambilan keputusan *manajerial*. Dalam *Conclusive Research Design*, ada terbagi menjadi 2 macam jenis penelitian, yaitu :
- a. *Descriptive Research* merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan suatu hal dari segi karakteristik atau fungsi pasar. Alasan diberlakukannya *Descriptive Research* adalah sebagai berikut :
  - i. Menggambarkan karakteristik kelompok yang relevan, seperti konsumen, tenaga penjual, organisasi, dan wilayah pasar.
  - ii. Memperkirakan persentase unit dalam populasi tertentu.
  - iii. Mengetahui persepsi karakteristik produk.
  - iv. Menentukan sejauh mana variabel pemasaran dapat terkait.
  - v. Membuat prediksi tertentu.

*Descriptive Research* berbeda dengan *Exploratory Research* karena jenis penelitian ini berasal dari perumusan sebelumnya terkait hipotesis tertentu sehingga informasi yang dibutuhkan dapat terdefinisi dengan jelas. *Descriptive Research* memiliki sifat yang terencana dan terstruktur. Desain ini memerlukan spesifikasi yang

jelas dari 6W, yaitu *who, what, when, where, why, way of research*. Ada dua jenis design research dari *Descriptive Research*, yaitu *Cross-Sectional Design* dan *Longitudinal Design*. *Cross-Sectional Design* merupakan desain deskriptif yang sering digunakan karena desain ini selalu melibatkan pengumpulan informasi yang dari setiap elemen populasi hanya diberikan sekali. *Cross-Sectional Design* terbagi lagi menjadi dua jenis sampel, yaitu *Single Cross-Sectional Design* dan *Multiple Cross-Sectional*. *Single Cross-Sectional Design* adalah sampel responden yang hanya diambil satu dari populasi sasaran. Sedangkan *Multiple Cross-Sectional Design* adalah sampel responden yang diambil dua atau lebih sampel dari populasi sasaran. Selanjutnya adalah *Longitudinal Design* yang didefinisikan sebagai sampel tetap dari populasi yang diukur secara berulang pada variabel yang serupa. *Longitudinal Design* memberikan serangkaian gambaran yang dapat memberikan pandangan mendalam terkait situasi dan perubahan yang terjadi.

b. *Causal Research* merupakan penelitian yang digunakan untuk memperoleh bukti dari hubungan antara sebab dan akibat. Adapun dua tujuan dari *Causal Research*, yaitu :

- i. Memahami variabel mana yang akan menjadi variabel penyebab atau bebas dan variabel mana yang variabel akibat atau terikat dari suatu fenomena.
- ii. Mengetahui sifat dan hubungan antara variabel causal dan efek yang akan diprediksi dikarenakan jenis penelitian ini memerlukan desain yang terencana sekaligus terstruktur.

Metode utama yang digunakan dalam *Causal Research* adalah eksperimen.

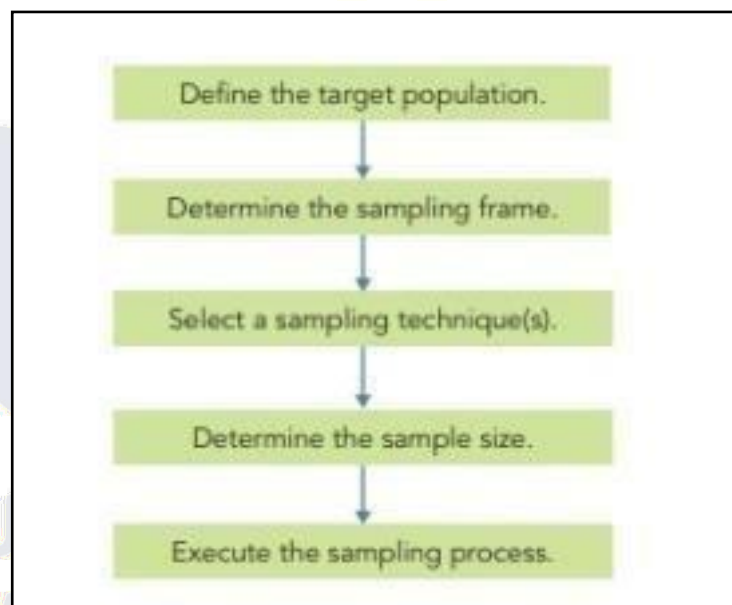
Pada penelitian ini, penulis menggunakan *Conclusive Research Design* dengan jenis *Descriptive Research*. Peneliti memilih *Conclusive Research Design* karena peneliti ingin menguji hipotesis yang ada untuk mengetahui pengaruh antar variabel supaya perusahaan dapat mengambil keputusan

supaya dapat menyelesaikan permasalahan yang sedang terjadi di Netflix. *Descriptive Research* digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik dan fungsi pasar supaya dapat melihat perkembangan hipotesis yang ada dari masa ke masa. Adapun dalam *Descriptive Research*, peneliti menggunakan *Single Cross-Sectional Design* karena pengambilan data hanya dilakukan sekali dalam kelompok sampel.

### 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan sekumpulan elemen yang memiliki karakteristik yang sama dan membentuk universe dengan tujuan penyelesaian masalah *marketing research* (Malhotra, 2019). Dalam populasi, *target population* merupakan sekumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi terkait yang dibutuhkan peneliti untuk membuat suatu keputusan. Sampel merupakan sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam suatu penelitian (Malhotra, 2019).

Menurut Malhotra (2019), terdapat 5 langkah atau tahapan yang harus dilewati untuk menentukan *sampling* yang akan digunakan dalam suatu penelitian, yaitu *Sampling Design Process*.



Gambar 3. 3 Sampling Design Process

Sumber : Malhotra (2019)

Gambar 3.3 merupakan bagan *Sampling Design Process* menurut Malhotra (2019). Proses penelitian alur *Sampling Design Process* diawali dengan *define the target population* atau menentukan populasi sasaran. *Target population* merupakan kumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi terkait yang dibutuhkan penelitian untuk membuat kesimpulan. *Target population* terdiri dari elemen, *unit sampling*, luas, dan waktu. Elemen merupakan objek mengenai dari mana informasi yang diinginkan didapat. Sampel unit merupakan elemen atau unit yang tersedia dalam beberapa tahap proses pengambilan sampel. Pada tahap kedua, ada *determine the sampling frame* atau kerangka sampel. *Sampling frame* merupakan representasi dari elemen-elemen *target population*. Lalu pada tahap ketiga, ada *select a sampling technique* atau memilih teknik *sampling* yang melibatkan beberapa keputusan yang bersifat luas. Peneliti harus memilih pendekatan yang akan digunakan, *sampel bayesian* atau tradisional. Pendekatan *sampel bayesian* adalah pendekatan dengan menggabungkan informasi sebelumnya mengenai parameter populasi serta biaya dan probabilitas yang terkait dengan pengambilan keputusan yang salah. Sedangkan pendekatan *sampling tradisional* adalah pendekatan seluruh sampel yang dipilih sebelum mengumpulkan data dimulai. Tahap keempat adalah *determine the sample size* atau ukuran sampel adalah jumlah elemen yang dimasukkan dalam penelitian.

Dalam menentukan *Sample Size*, perlu adanya keterlibatan beberapa pertimbangan kualitatif dan kuantitatif. Faktor kualitatif memiliki beberapa pertimbangan seperti, pentingnya keputusan, sifat penelitian, jumlah variabel, sifat analisis, ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian serupa, tingkat kejadian, tingkat penyelesaian, dan kendala sumber daya. Tahap terakhir adalah *execute the sampling process* atau pelaksanaan proses pengambilan sampel dimana dalam *sampling process* ini memerlukan spesifikasi rinci untuk mengambil semua keputusan desain sampel.

Menurut Malhotra (2019), tahapan pertama yang harus dilakukan adalah menentukan *target population*. *Target population* adalah kumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi terkait yang dicari peneliti untuk membuat



suatu kesimpulan dimana *target population* dalam penelitian ini adalah konsumen dari *video streaming* Netflix.

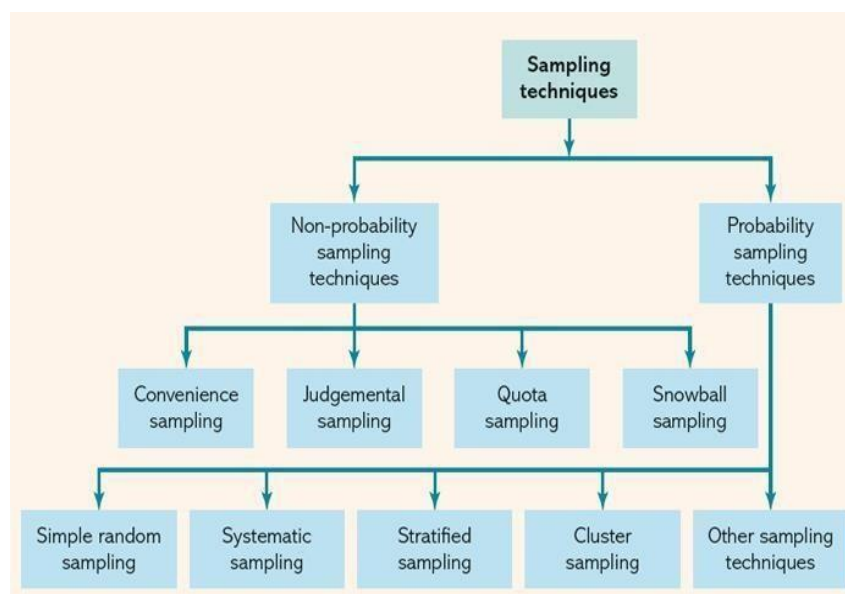
### 3.4.1. Sampel Unit

Setelah menentukan *target population*, peneliti harus menentukan *sampling unit*. *Sampling unit* merupakan elemen atau unit yang mengandung elemen dan tersedia dalam beberapa tahap proses pengambilan sampel (Malhotra, 2019). Pada penelitian ini, kriteria *sampling unit* yang diperlukan adalah sebagai berikut :

- a. Pria dan Wanita berusia di atas 18 tahun karena Netflix menunjukkan layanannya untuk pengguna di atas 18 tahun sebab konten-konten yang disediakan rata-rata mengandung unsur dewasa (seks, substance atau kekerasan, dan bahasa yang kasar. Ini telah diatur dalam term & condition pada Netflix.
- b. Suka menonton film atau series menggunakan *video streaming*
- c. Pernah berlangganan dengan layanan video streaming Netflix
- d. Sudah tidak menggunakan Netflix dalam 3 bulan terakhir

### 3.4.2. Sampling Technique

Dalam pengambilan sampel, ada dua teknik yang diklasifikasikan secara luas, yaitu *Nonprobability Sampling* dan *Probability Sampling* (Malhotra, 2017).



### Gambar 3. 4 Sampling Techniques

Sumber : Malhotra (2017)

Gambar 3.4 merupakan *Sampling Techniques* menurut Malhotra (2017). Berikut adalah penjelasan mengenai *sampling techniques* :

- a. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang setiap elemen populasinya dianggap memiliki peluang yang berbeda untuk menjadi sampel penelitian (Malhotra, 2017).
- b. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang setiap elemen populasinya memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel penelitian (Malhotra, 2017).

Teknik *Probability Sampling* terbagi menjadi beberapa klasifikasi, sebagai berikut (Malhotra, 2017):

a. *Simple Random Sampling*

*Simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memastikan bahwa setiap elemen yang ada dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Sampel yang digunakan dalam teknik ini akan diambil secara acak.

b. *Systematic Sampling*

*Systematic sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang diambil secara acak di awal dimana dalam setiap nomor ke-n. Sampel yang digunakan dalam teknik ini akan diambil daftar yang dipilih secara berurutan.

c. *Stratified Sampling*

*Stratified sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang populasinya terbagi menjadi beberapa kategori strata. Sampel yang digunakan dalam teknik ini akan diambil dari strata secara acak.

d. *Cluster Sampling*

*Cluster Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang pada awalnya populasi terbagi menjadi beberapa kategori untuk dapat dipilih secara acak dalam pengelompokan tersebut.

Teknik *Nonprobability Sampling* terbagi menjadi beberapa klasifikasi, sebagai berikut (Malhotra, 2017):

a. *Convenience Sampling*

*Convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang cepat dan efisien dimana sampelnya ini dipilih berdasarkan pada tempat atau waktu yang tepat. Teknik pengambilan sampel ini biasanya dipergunakan untuk survei yang sifatnya besar dan memerlukan banyak sampel, kisaran antara 200 hingga 1500 sampel.

b. *Judgemental Sampling*

*Judgemental sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang cepat dan efisien dimana sampelnya ini dipilih berdasarkan pada penilaian peneliti. Peneliti memilih elemen-elemen tersebut supaya elemen-elemen tersebut dapat mewakili target populasi.

c. *Quota Sampling*

*Quota sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang melakukan dua tahapan, yaitu peneliti menentukan kuota masing-masing populasi dan peneliti memilih elemen sampel yang akan digunakan dengan teknik *convenience* atau *judgemental sampling*.

d. *Snowball Sampling*

*Snowball Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang terdapat kelompok khusus dimana kelompok ini terpilih sebagai partisipan oleh peneliti. Kelompok ini dipilih karena sesuai dengan target karakteristik populasi yang diperlukan oleh peneliti.

Dari penjelasan diatas mengenai jenis-jenis *Sampling Technique*, peneliti memutuskan untuk menggunakan jenis *Sampling Technique* dari *non probability sampling* dengan *Judgemental Sampling* karena sampel yang akan diterima hanya sampel yang sesuai dengan kriteria yang diperlukan peneliti. *Judgmental sampling* diperlukan juga karena peneliti ingin memilih sampel yang tepat sesuai karakteristik yang diharapkan. *Judgmental sampling* digunakan untuk memilih responden yang memenuhi kriteria supaya dapat mewakili target populasi dimana kriteria tersebut, yaitu laki-laki dan perempuan berusia diatas 18 tahun yang berasal dari Indonesia dan suka menonton film menggunakan layanan *video streaming*, salah satunya adalah Netflix. Responden juga merupakan pengguna yang pernah berlangganan layanan *video streaming* Netflix dan sudah tidak berlangganan selama tiga bulan terakhir.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Kuesioner adalah cara seseorang dalam melakukan pengumpulan beberapa informasi dalam jumlah yang besar. Kuesioner bisa didapatkan dari sampel beberapa responden yang menjawab pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti sebagai pembuat kuesioner. Skala yang digunakan peneliti dalam teknik pengumpulan data ini adalah skala *Linkert* dimana skala tersebut dapat mengukur dari sisi sikap, pendapat, dan persepsi dari responden. Setiap pertanyaan atau pernyataan yang diberikan peneliti kepada para responden memiliki empat tingkat atau bobot sebesar 1 sampai 4.

Sample size merupakan elemen atau unit yang mengandung elemen dan tersedia dalam beberapa tahap proses pengambilan sampel. Menurut Hair et al. (1998), ada dua syarat dalam pengambilan data sampel, yaitu minimal ukuran sampel adalah 50 observasi dan rasio pengamatan minimum dengan variabel adalah 5:1. Dalam mengumpulkan data sampel, peneliti mengambil data berdasarkan pernyataan Hair et al. (1998) dimana jumlah  $n$  atau pertanyaan dikali jumlah variabel. Jumlah pertanyaan yang ada dalam kuesioner adalah

20 pertanyaan dan jumlah variabel dalam penelitian ini adalah 5 variabel.  $20 \times 5 = 100$  responden minimal yang harus diambil dalam penelitian ini.

### 3.6 Prosedur Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan prosedur untuk mengumpulkan data dengan beberapa hal dibawah ini :

1. Membuat tabel operasionalisasi variabel penelitian dengan mengumpulkan data-data utama dan mencari data-data pendukung lainnya untuk melengkapi kekurangan pada jumlah variabel.
2. Mempersiapkan *screening data* yang terdiri dari profil responden, pertanyaan terkait kecocokan responden yang diperlukan, dan pertanyaan setiap variabel terkait penelitian. Selain itu, peneliti juga melakukan *wording* atau pemilihan kata-kata yang tepat untuk dimasukkan ke dalam kuesioner dengan tujuan supaya responden lebih mudah memahami maksud dari pertanyaan yang ada.
3. Mulai menjalankan pre-test dengan mencari minimal 30 responden dan peneliti mendapatkan sebanyak 51 responden dimana yang lulus screening ada 42 responden.
4. Peneliti melakukan *running data pre-test* dengan menggunakan *software SPSS* edisi 27. Menurut Hair et al. (1998), jika hasil *pre-test* lolos uji validitas dan uji reliabilitas, maka peneliti dapat melanjutkan penyebaran kuesioner sebagai *big data* atau *main data*.
5. Bentuk kuesioner yang disebarakan adalah berupa google form dengan tautan <https://forms.gle/1yJzLfhYK94pE9516> dimana peneliti menyebarkannya melalui story, chat group maupun personal chat di media sosial seperti *Instagram, Line, WhatsApp, Telegram, Discord, Twitter, Facebook, dan TikTok*.
6. Data yang telah dikumpulkan, diolah, dan dianalisis oleh peneliti menggunakan *software SmartPLS 3.0* dalam metode *Structural Equation Model* (SEM) dimana didalamnya ada 2 langkah teknik analisis, yaitu *Outer Model* dan *Inner Model*. Hasil analisis data tersebut akan

dilanjutkan dalam bentuk pembahasan, pelaksanaan, kesimpulan, dan saran.

7. Penelitian ini dilakukan selama 4 (empat) bulan terhitung mulai dari tanggal 12 September 2022 hingga 31 Desember 2022.

### 3.7 Identifikasi Variabel Penelitian

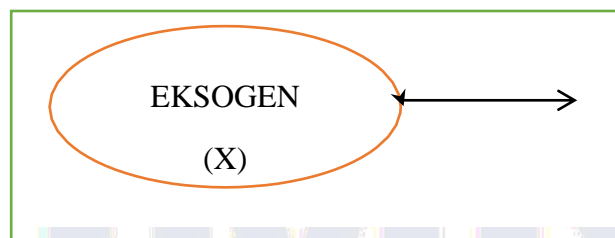
#### 3.7.1 Variabel Laten

Variabel laten merupakan suatu konsep hipotesis tidak teramati yang dapat diwakilkan oleh variabel yang diamati atau diukur. Variabel laten secara tidak langsung diukur menggunakan variabel-variabel yang terukur seperti, manifes variabel atau indikator.

##### 1. Variabel Eksogen

Variabel eksogen merupakan suatu variabel laten, *multi-item*, dan ekuivalen dari variabel independen menggunakan variasi langkah yang mewakili konstruk dalam bertindak sebagai variabel independen suatu model. Variabel eksogen bersifat mandiri sehingga tidak ada jalur dari konstruk ke variabel lain yang ada didalamnya.

Variabel eksogen secara langsung sebanding dengan perwakilan multikolinearitas dalam regresi berganda (Hair et al., 2019).



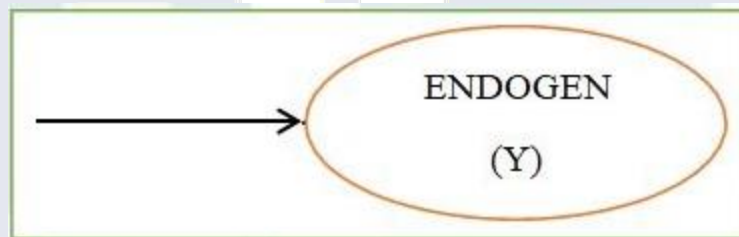
Gambar 3. 5 Variabel Eksogen

Sumber : Hair et al. (2019)

Gambar 3.5 adalah grafik variabel eksogen dimana variabel terukur atau indikator untuk konstruk eksogen disebut X. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel eksogen, yaitu *confirmation* dan *enjoyment*.

##### 2. Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan variabel laten dan multi-item yang sama dengan variabel dependen. Variabel endogen secara teoritis ditentukan berdasarkan pada faktor-faktor dalam model. Ketergantungan ini diwujudkan secara visual oleh konstruksi endogen dari konstruksi eksogen.



Gambar 3. 6 Variabel Eksogen

Sumber : Hair et al. (2019)

Gambar 3.6 adalah grafik variabel endogen dimana variabel terukur atau indikator untuk konstruk endogen disebut Y. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel eksogen, yaitu *perceived usefulness*, *satisfaction*, dan *continuance intention*.

### 3.7.2 Variabel yang diamati (*Observed Variables*)

Variabel yang diamati atau *observed variables* biasa disebut sebagai variabel manifes atau indikator yang dapat diukur oleh peneliti dari beberapa variabel yang dikumpulkan dengan berbagai metode pengumpulan data seperti, observasi, survei, dan tes. Dalam penelitian ini ada sebanyak 20 indikator yang perlu diamati atau diukur dimana ada 5 variabel yang akan dinilai, yaitu *perceived usefulness*, *satisfaction*, *confirmation*, *enjoyment*, dan *continuance intention*.

### 3.8 Variabel Penelitian Operasional

Dalam penelitian ini, peneliti perlu mengembangkan kelima indikator yang akan digunakan untuk menjadi ukuran atau pedoman dengan cara mencari definisi operasional dari setiap variabel. Definisi ini dicari untuk dapat menggambarkan poin penting dari setiap indikator yang ada. Peneliti menggunakan sebanyak 4 indikator atau measurement pada masing-masing

variabel dalam kuisionernya dengan menggunakan skala *Likert* dimana angka 4 dinilai sebagai sangat setuju dan 1 dinilai sebagai sangat tidak setuju.

Berikut adalah tabel operasional penelitian :

Tabel 3. 1 Tabel Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Measurement (Indikator dalam bahasa Indonesia sesuai dengan penelitian anda)	Jurnal pendukung measurement
1	<i>Perceived usefulness</i>	Sejauh mana seorang individu mempercayai penggunaan suatu sistem akan mempermudahnya (Karahanna & Straub, 1999)	1. Layanan yang diberikan Netflix menghibur saya dikala saya sedang bosan.	Pereira & Tam (2021)
			2. Layanan yang diberikan Netflix mampu membantu saya melewatkan waktu dengan lebih baik.	Pereira & Tam (2021)
			3. Layanan yang diberikan Netflix dapat memberikan kemudahan bagi saya dalam mendapatkan film terkini.	Pereira & Tam (2021)
			4. Layanan Film atau drama yang diberikan Netflix membantu suasana hati saya lebih baik.	Pereira & Tam (2021)
2	<i>Satisfaction</i>	Evaluasi dari seorang individu dalam merespon secara efektif terhadap pengalamannya terhadap suatu produk atau layanan (Zhao & Lu, 2012).	1. Saya sangat menyukai pengalaman saya dalam menggunakan layanan Netflix	Park (2019)
			2. Layanan Netflix yang saya gunakan memenuhi harapan saya	Park (2019)
			3. Saya merasa telah membuat keputusan yang benar dalam menggunakan layanan Netflix.	Pereira & Tam (2021)
			4. Pilihan saya untuk menggunakan layanan Netflix adalah pilihan terbaik	Fu et al. (2018)
3	<i>Confirmation</i>	Sejauh mana harapan dari setiap pelanggan mengenai target dan sejauh mana keyakinan setiap pelanggan terhadap kemampuan dari penyedia layanan (Coye, 2004).	1. Secara keseluruhan, sebagian besar harapan saya untuk menggunakan layanan Netflix telah terpenuhi.	Pereira & Tam (2021)
			2. Layanan Netflix dapat memenuhi permintaan saya melebihi apa yang saya butuhkan.	Pereira & Tam (2021)
			3. Layanan Netflix yang saya gunakan dapat memenuhi permintaan saya dalam memberikan hiburan	Lin et al. (2005)
			4. Setelah menggunakan Netflix, saya merasa layanan yang diberikan telah memenuhi ekspektasi saya	Bhattacharjee (2001)



4	<i>Enjoyment</i>	Sejauh mana kegiatan menonton suatu video dianggap sebagai sesuatu hal yang menyenangkan dengan sendirinya, hal ini terlepas dari konsekuensi kinerja yang memungkinkan untuk diantisipasi (See-To et al., 2012)	1. Saya senang menggunakan Netflix	Turel et al. (2010)
			2. Menggunakan layanan Netflix membuat saya merasa lebih baik ketika suasana hati tidak baik	Turel et al. (2010)
			3. Saya merasa nyaman menggunakan layanan Netflix	Turel et al. (2010)
			4. Saya merasa menggunakan layanan film atau drama dari Netflix itu menyenangkan	Pereira & Tam (2021)
5	<i>Continuance intention</i>	Niat seorang individu untuk terus menggunakan suatu sistem informasi dalam konteks sebagai pengguna atau penerimaan awal (Bhattacharjee, 2001)	1. Saya berniat untuk terus menggunakan layanan Netflix daripada menghentikan penggunaannya.	Pereira & Tam (2021)
			2. Niat saya adalah untuk melanjutkan menggunakan layanan Netflix daripada menggunakan apapun sarana alternatif (TV Tradisional).	Pereira & Tam (2021)
			3. Saya akan menggunakan layanan Netflix secara berkala di masa mendatang.	Pereira & Tam (2021)
			4. Saya akan sering menggunakan layanan Netflix di masa depan.	Pereira & Tam (2021)

### 3.9 Teknik Analisis Data

#### 3.9.1 Metode Analisis Data *Pre-test* dengan SPSS

Uji validitas merupakan sejauh mana perbedaan antara skala yang diperhatikan mencerminkan perbedaan yang sebenarnya antar objek yang memiliki karakteristik untuk diukur, bukan pada kesalahan sistematis atau acak (Malhotra, 2019). Uji validitas yang sempurna bisa didapatkan dengan beberapa syarat berikut :

Tabel 3. 2 Tabel Ukuran Validitas dan Nilai disyaratkan

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

No.	Ukuran Validitas	Nilai diisyaratkan
1.	<b>Kaiser Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy</b> KMO merupakan indeks yang digunakan untuk memeriksa adanya kesesuaian analisis suatu faktor (Malhotra, 2019).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nilai KMO yang digunakan adalah <math>\geq 0.5</math></li> <li>• Jika nilai KMO <math>\geq 0.5</math>, maka data analisis faktor tersebut sudah tepat.</li> <li>• Jika nilai KMO <math>&lt; 0.5</math>, maka data analisis faktor tersebut tidak sesuai</li> </ul>
2.	<b>Bartlett's Test of Sphericity</b> <i>Bartlett's Test of Sphericity</i> merupakan statistik uji yang biasanya digunakan untuk menguji suatu hipotesis terkait variabel yang tidak memiliki kolerasi dalam populasi (Malhotra, 2019).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nilai uji signifikan yang digunakan adalah <math>\leq 0.05</math></li> <li>• Jika nilai signifikan <math>\leq 0.05</math>, maka data tersebut menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antar variabel dan nilai yang diharapkan</li> <li>• Jika nilai signifikan <math>&gt; 0.05</math>, maka data tersebut menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antar variabel dan nilai yang tidak diharapkan</li> </ul>
3.	<b>Measure of Sampling Adequacy (MSA) / Anti-Image Correlation Matrix</b> MSA / <i>Anti-Image</i> merupakan matrix yang memiliki kolerasi parsial antar variabel setelah melakukan analisis faktor dan mewakili sejauh mana variabel tersebut saling berkaitan satu sama lain dalam hasil (Hair et al., 2019).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nilai MSA yang digunakan adalah <math>\geq 0.5</math></li> <li>• Jika nilai MSA <math>\geq 0.5</math>, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan matriks dari setiap variabel yang ada dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut</li> <li>• Jika nilai MSA <math>&lt; 0.5</math>, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan matriks dari setiap variabel yang ada tidak dapat diprediksi dan tidak dapat dianalisis lebih lanjut</li> </ul>
4.	<b>Factor Loading of Component Matrix</b> <i>Factor Loading of Component Matrix</i> merupakan kolerasi antar variabel dan faktor-faktor yang mempengaruhi dan berguna untuk memahami sifat dari faktor tertentu (Hair et al., 2019).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Factor Loading</i> yang digunakan adalah <math>\geq 0.5</math></li> <li>• Jika <i>Factor Loading</i> <math>\geq 0.5</math>, maka variabel tersebut dapat dinyatakan valid dan signifikan</li> <li>• Jika <i>Factor Loading</i> <math>&lt; 0.5</math>, maka variabel tersebut tidak dapat dinyatakan valid dan signifikan</li> </ul>

Uji reliabilitas merupakan sejauh mana skala menghasilkan hasil yang konsisten, jika terus terjadi pengulangan dalam melakukan pengukuran. *Reliability* didefinisikan sebagai sejauh mana tindakan yang bebas dari kesalahan yang dilakukan secara acak (Malhotra, 2019). Dalam mengukur uji reliabilitas, data penelitian akan disebut reliabel jika, *Cronbach's Alpha* harus di atas 0.6.

### 3.9.2 Analisis Data Penelitian

Metode Analisis Data dengan *Structural Equation Model* (SEM) dimana SEM adalah metode analisis yang dapat menentukan kontribusi dari setiap variabel sekaligus dapat memberikan evaluasi seberapa baik setiap variabel yang ada jika dipadukan dalam satu model terpadu (Malhotra, 2019). Menurut Hair et al. (2019) menyatakan bahwa SEM merupakan suatu teknik yang memiliki kemungkinan hubungannya akan terpisah untuk setiap variabel dependen. SEM memiliki empat karakteristik, yaitu :

1. Representasi konstruk sebagai faktor yang tidak dapat diamati dalam hubungan ketergantungan.
2. Adanya hubungan ketergantungan ganda dan tergabung dalam model yang sudah terintegrasi.

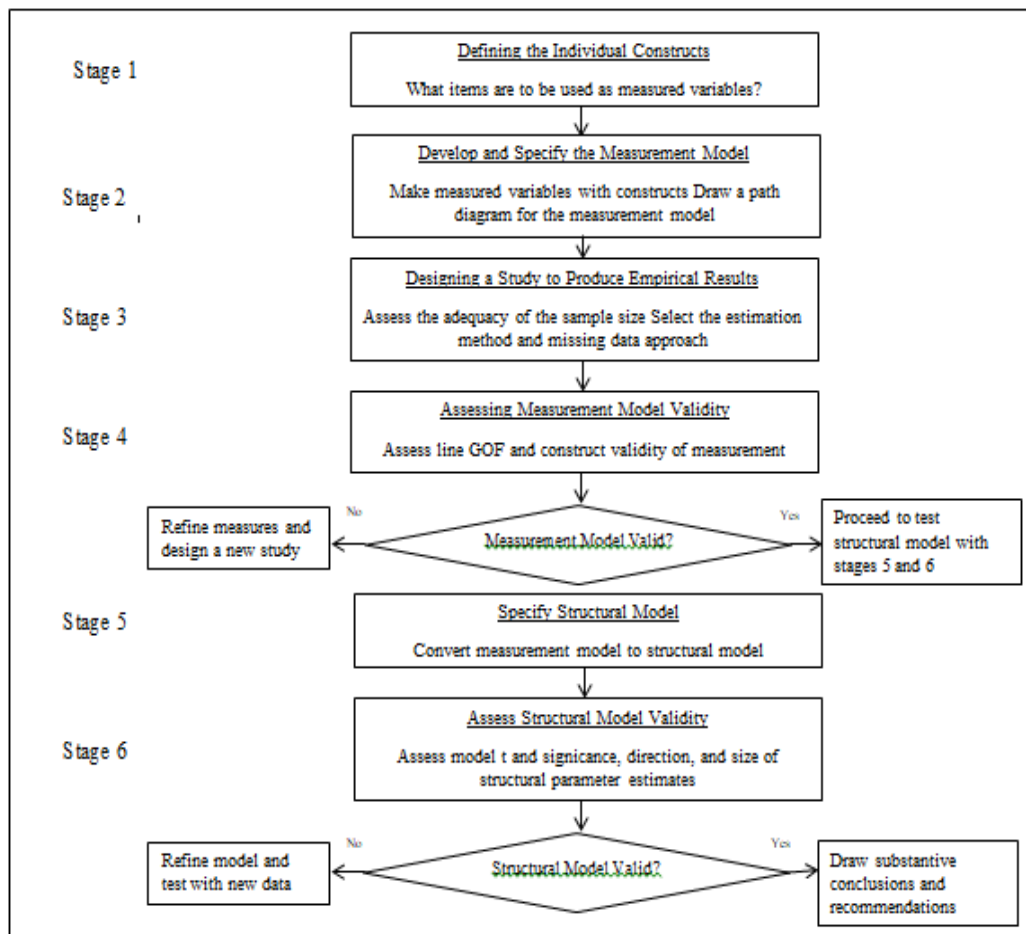
3. Penggabungan kesalahan pengukuran secara eksplisit sehingga dapat memperhitungkan keadaan yang kurang sempurna dari variabel yang diamati.
4. SEM mewakili hipotesis tentang rata-rata, varians, dan kovarians dari data yang diamati dalam jumlah kecil dari parameter struktural.

SEM tidak hanya menjadi sarana dalam menilai masing-masing hubungan keterkaitan variabel secara analisis terpisah, tetapi juga dapat menggabungkan skala *multi-item* untuk memperhitungkan kesalahan pengukuran dalam skala masing-masing variabel. Dalam metode SEM, terdapat 2 macam variabel, yaitu variabel laten dan indikator. Ada 2 jenis model pengukuran, yaitu *structural models* dan *measurement models*. *Structural models* menentukan konstruksi laten dalam model teoritis SEM dan hubungannya.

*Structural models* ditentukan dengan variabel laten sebagai variabel independen. *Measurement models* membantu peneliti dalam menentukan bagaimana cara mengukur konstruk laten. Dalam melakukan *measurement models*, ada 2 jenis model pengukuran, yaitu *reflective measurement models* dan *formative measurement models*. *Reflective measurement models* memiliki hubungan secara langsung antar konstruksi indikator dimana indikator tersebut harus menjadi sampel yang representatif dari konstruk kontekstual. *Formative measurement models* merupakan kombinasi linear dalam satu set indikator yang membentuk konstruk. *Formative measurement models* terbagi menjadi 2 jenis indikator, yaitu *causal indicators* dan *composite indicators* (Hair et al., 2019).

### 3.9.3 Prosedur Model Structural Equation Modelling

SEM menyediakan cara menarik secara kontekstual dalam menguji teori yang ada. Ada 6 tahap atau *six stage* untuk mengambil suatu keputusan, yaitu :



Gambar 3. 7 Six Stages Process for SEM

Sumber : Hair et al. (2019)

Pada gambar 3.7 dijelaskan bahwa ada 6 tahapan proses SEM dimana proses ini dimulai dari mendefinisikan *individual constructs*, menyelesaikan atau menetapkan *measurement model*, merancang studi untuk menghasilkan *empirical results*, menilai validitas *measurement model*, menentukan *structural model*, dan menilai validitas *structural model*.

### 3.9.4 Measurement Model Fit / Outer Model

*Measurement model* merupakan metode pengukuran yang memungkinkan untuk dipergunakan dalam beberapa indikator atau variabel baik untuk variabel independen atau pun dependen. Dalam SEM, ada *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dimana peneliti

dapat menilai setiap kontribusi dalam setiap item skala serta memasukan beberapa skala untuk mengukur konsep. Adapun dalam mengukur *latent constructs*, ada dua jenis *measurement model*, yaitu *Reflective Measurement models* dan *formative measurement model* (Hair et al., 2019). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *reflective measurement* dimana dalam *measurement model*, ada empat jenis pengukuran, yaitu :

1. *Indicator Loadings*

Dalam proses penelitian, *indicator loadings* di atas 0.708 menunjukkan bahwa konstruk telah memberikan penjelasan sebesar 50% bahkan lebih terkait varian indikator. *Indicator loadings* mempunyai interpretasi yang sama seperti, di PLS-SEM dan CB-SEM dimana PLS-SEM memiliki *indicator loadings* yang sedikit lebih tinggi dibanding CB-SEM sehingga perlu adanya pertimbangan saat ingin menginterpretasikan beban yang ada khususnya saat membandingkan model estimasi dengan kedua pendekatan.

2. *Convergent Validity*

Uji validitas merupakan sejauh mana perbedaan antara skala yang diperhatikan mencerminkan perbedaan yang sebenarnya antar objek yang memiliki karakteristik untuk diukur, bukan pada kesalahan sistematis atau acak (Malhotra, 2019). Validitas adalah sejauh mana data tersebut bebas dari setiap kesalahan yang ada, baik secara sistematis atau tidak ada dimana validitas erat kaitannya dengan seberapa baik definisinya dalam ukuran didefinisikan (Hair et al., 2019).

Uji validitas diukur berdasarkan pada beberapa syarat penilaian berdasarkan pada teori yang ada di tabel berikut.

Tabel 3. 3 Tabel Ukuran Validitas

No	Ukuran Validitas	Nilai Disyaratkan
1.	<i>Convergent Validity</i> adalah item atau indikator konstruk tertentu yang harus konvergen maupun berbagi proporsi varians yang tinggi (Hair et al., 2019).	Nilai <i>Outer Loading</i> $\geq 0.7$
		Nilai AVE $\geq 0.5$

### 3. *Discriminant Validity*

*Discriminant validity* merupakan metrik yang memberikan evaluasi seberapa jauh sebuah konstruksi memiliki perbedaan dengan konstruksi lain. Prinsip dari *discriminant validity* adalah menilai seberapa unik indikator-indikator dalam suatu konstruk yang mewakili konstruk-konstruk itu. Dalam melakukan pengujian dari *discriminant validity*, seluruh konstruksi reflektif yang ada pada model tersebut pasti akan diuji. Adapun dua tahap yang harus dilakukan saat menguji *discriminant validity*, yaitu *cross-loading factor* dan *fornell-lacker criterion* dimana nilai *cross-loading factor* harus  $\geq 0.7$  sedangkan *fornell-lacker criterion* harus lebih besar dari variabel itu sendiri.

### 4. *Construct Reliability*

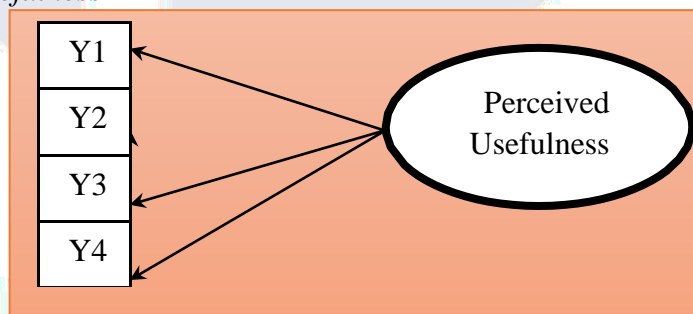
Uji reliabilitas merupakan sejauh mana skala menghasilkan hasil yang konsisten, jika terus terjadi pengulangan dalam melakukan pengukuran. *Reliability* didefinisikan sebagai sejauh mana tindakan yang bebas dari kesalahan yang dilakukan secara acak (Malhotra, 2019). Jika pengukuran yang diambil dengan langkah-langkah yang dapat diandalkan, maka semua penilaiannya akan tetap konsisten karena tidak berhubungan dengan variabel ukur, tetapi bagaimana cara mengukurnya (Hair et al., 2019). Alat ukur untuk mengukur reliabilitas dengan *SmartPLS 3.0* dimana peneliti menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Uji reliabilitas diukur berdasarkan pada syarat penilaian berdasarkan pada teori yang ada di tabel berikut :

Tabel 3. 4 Tabel Ukuran Reliabilitas

No	Kategori	Kriteria
1.	<i>Cronbach's Alpha</i> merupakan ukuran reliabilitas konsistensi yang memiliki internal dari 0 hingga 1 sekaligus memberikan asumsi kepada indikator yang sama (Hair et al., 2019).	<p><i>Cronbach's Alpha</i> <math>\geq 0.6</math></p> <p>Jika <math>\geq 0.6</math>, maka <i>Cronbach's Alpha</i> Reliabel</p> <p>Jika <math>\leq 0.6</math>, maka <i>Cronbach's Alpha</i> Tidak Reliabel</p>
2.	<i>Composite Reliability</i> merupakan konsistensi internal dari variabel terukur yang mewakilkan <i>latent construct</i> (Hair et al., 2019).	<i>Composite Reliability</i> $\geq 0.7$

Dalam penelitian ini, ada 5 measurement models berdasarkan pada variabel yang diteliti, yaitu :

1. *Perceived Usefulness*

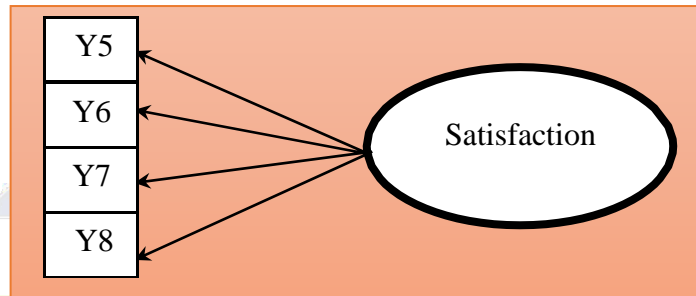


Gambar 3. 8 *Measurement Model Perceived Usefulness*

Sumber : Hasil Dokumentasi Pribadi Penulis (2022)

Gambar 3.8 adalah *measurement model* dari *perceived usefulness* dimana dalam penelitian ini terdapat 4 pernyataan atau indikator yang merupakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) sekaligus mewakili variabel laten, *perceived usefulness*.

2. *Satisfaction*

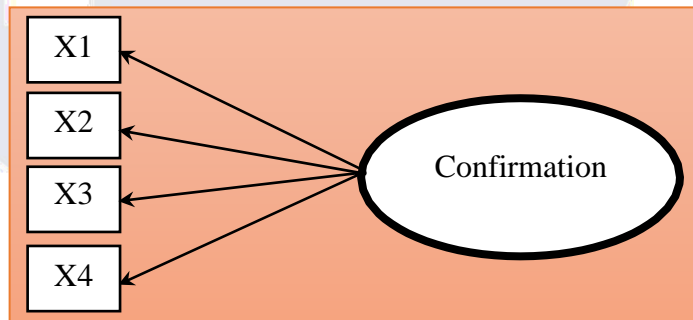


Gambar 3. 9 *Measurement Model Satisfaction*

Sumber : Hasil Dokumentasi Pribadi Penulis (2022)

Gambar 3.9 adalah *measurement model* dari *satisfaction* dimana dalam penelitian ini terdapat 4 pernyataan atau indikator yang merupakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) sekaligus mewakili variabel laten, *satisfaction*.

3. *Confirmation*

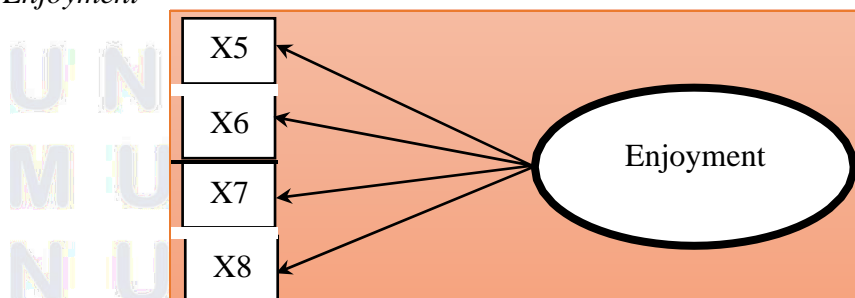


Gambar 3. 10 *Measurement Model Confirmation*

Sumber : Hasil Dokumentasi Pribadi Penulis (2022)

Gambar 3.10 adalah *measurement model* dari *confirmation* dimana dalam penelitian ini terdapat 4 pernyataan atau indikator yang merupakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) sekaligus mewakili variabel laten, *confirmation*.

4. *Enjoyment*



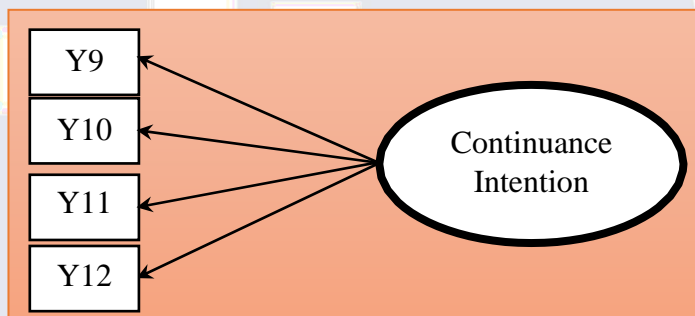


Gambar 3. 11 *Measurement Model Enjoyment*

Sumber : Hasil Dokumentasi Pribadi Penulis (2022)

Gambar 3.11 adalah *measurement model* dari *enjoyment* dimana dalam penelitian ini terdapat 4 pernyataan atau indikator yang merupakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) sekaligus mewakili variabel laten, *enjoyment*.

5. *Continuance Intention*



Gambar 3. 12 *Measurement Model Continuance Intention*

Sumber : Hasil Dokumentasi Pribadi Penulis (2022)

Gambar 3.12 adalah *measurement model* dari *continuance intention* dimana dalam penelitian ini terdapat 4 pernyataan atau indikator yang merupakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) sekaligus mewakili variabel laten, *continuance intention*.

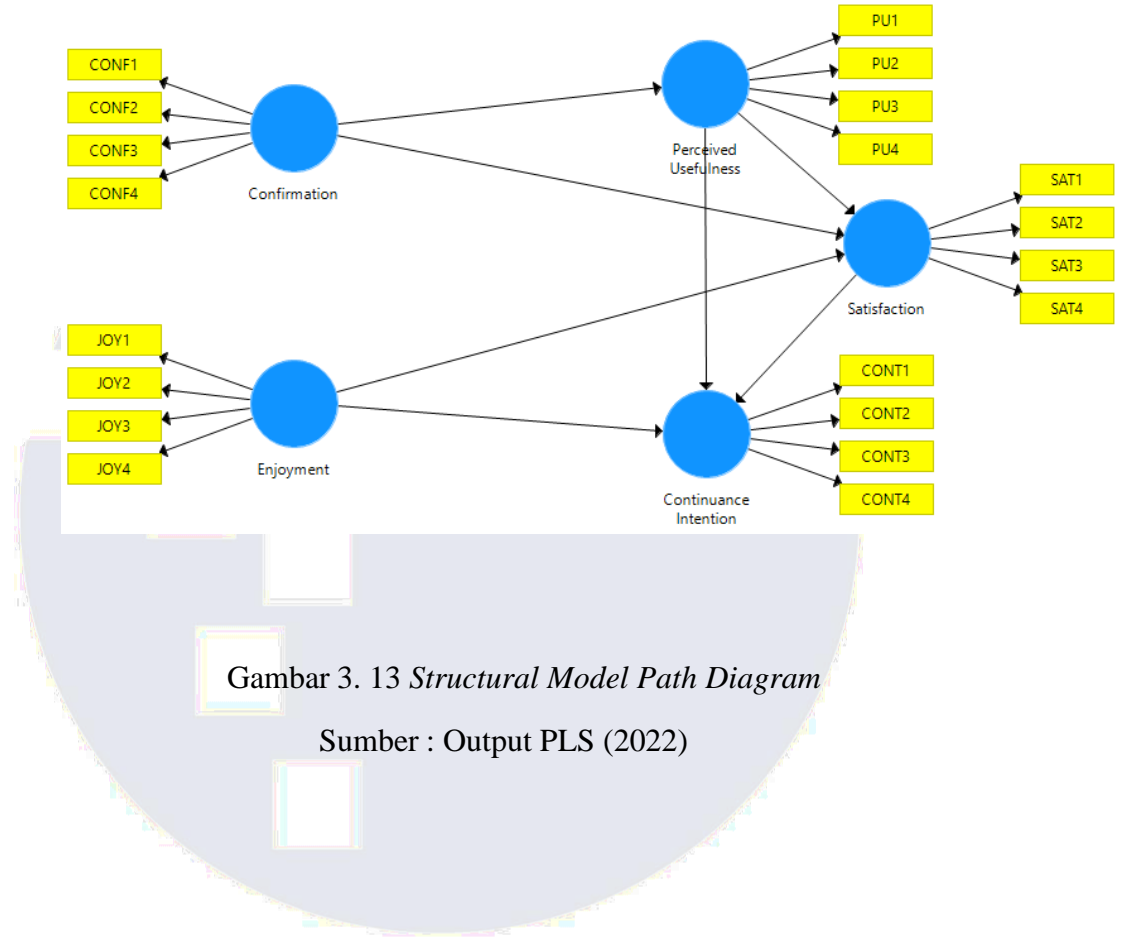
### 3.9.5 Structural Model Fit / Inner Model

*Structural model* merupakan gabungan dari satu atau lebih hubungan ketergantungan yang menghubungkan *constructs models* yang telah dihipotesiskan. *Structural model* bermanfaat dalam mewakilkan keterkaitan antara variabel konstruksi (Hair et al., 2019). Dalam *structural model* ada lima parameter yang ada dalam tabel berikut :

Tabel 3. 5 Tabel Structural Model Test

Kriteria	Aturan Praktis
<i>R-Square (R2)</i>	0.75, 0.50, dan 0.25 dianggap sebagai nilai yang kuat, moderat dan lemah.  Jika $R^2 \leq 0.10$ , maka dianggap memuaskan.
<i>Q2 Predictive Relevance</i>	Jika nilai $Q^2 > 0$ , maka model tersebut mempunyai <i>predictive relevance</i>  Jika nilai $Q^2 < 0$ , maka model tersebut tidak mempunyai <i>predictive relevance</i>
<i>F2 Effect Size</i>	0.02, 0.15, dan 0.35 menggambarkan efek yang lemah, moderat, dan kuat dari konstruk eksogen.  Jika, efek kurang dari 0.02 menunjukkan bahwa tidak ada efek.
<i>Signifikansi (One-tailed) – Path Coefficient</i>	<i>t-value</i> 1.28 dengan significance level 10%  <i>t-value</i> 1.65 dengan significance level 5%  <i>t-value</i> 2.33 dengan significance level 1%
<i>P-value – Path Coefficient</i>	<i>p-value</i> $\leq 0.05$ dengan significance level 5%

### 3.9.6 Model Keseluruhan Penelitian



Gambar 3. 13 *Structural Model Path Diagram*

Sumber : Output PLS (2022)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA