

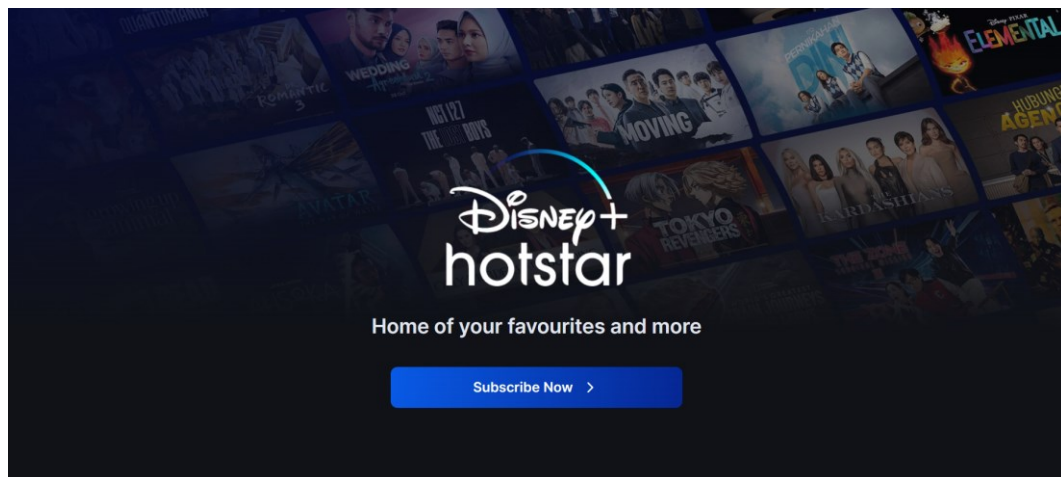
BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Disney+ Hotstar adalah layanan streaming over-the-top video on-demand berlangganan India yang dimiliki oleh The Walt Disney Company India dan dioperasikan oleh Disney Streaming, anak perusahaan dari segmen bisnis Disney Entertainment dari The Walt Disney Company, yang menampilkan konten film, televisi, dan olahraga domestik India untuk India sendiri dan di seluruh dunia.

Merek ini diperkenalkan sebagai Hotstar untuk layanan streaming yang membawa konten dari jaringan lokal Disney Star, termasuk film, serial televisi, siaran langsung olahraga, dan program asli, serta menampilkan konten berlisensi dari pihak ketiga seperti Showtime. Di tengah pertumbuhan broadband seluler yang signifikan di India, Hotstar dengan cepat menjadi layanan streaming yang dominan di negara ini.



Gambar 3. 1 Tampilan awal

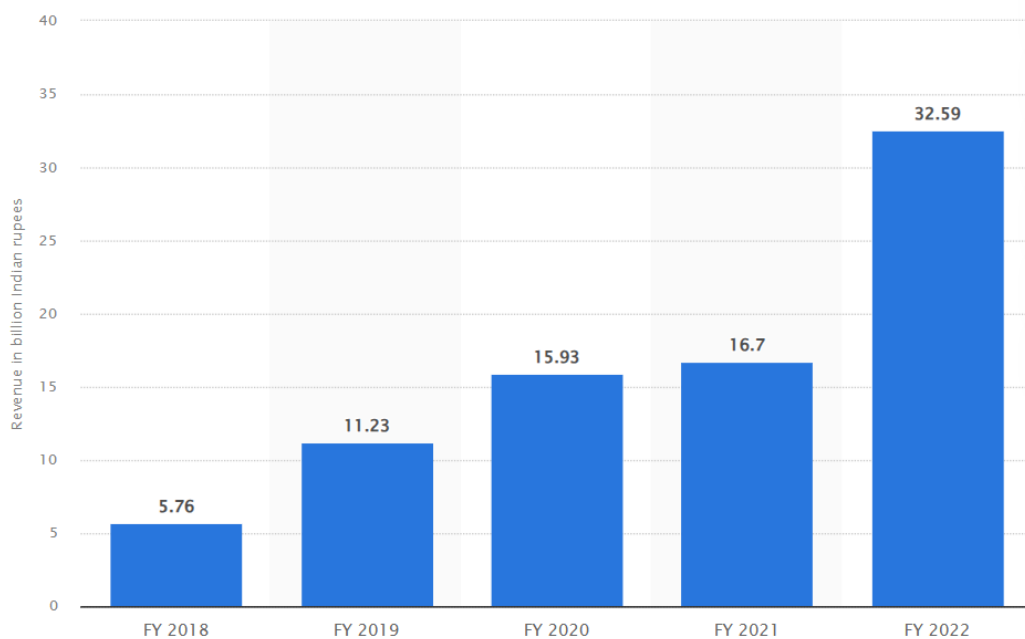
Setelah akuisisi perusahaan induk Star India 21st Century Fox oleh Disney pada tahun 2019, Hotstar berubah nama menjadi 'Disney+ Hotstar' pada April 2020.

Layanan co-branded menambahkan program asli Disney +, dan film dan serial televisi dari merek konten utamanya Walt Disney Studios, Pixar, Marvel Studios, Lucasfilm, dan National Geographic di samping konten domestik dan pihak ketiga yang sudah dibawa di platform.

	Basic	Premium
Pay monthly*	Rp 65.000	Rp 119.000
Pay annually* (Save over 40%**)	Rp 450.000	Rp 799.000
Max. device log ins	3 devices	10 devices
Concurrent streaming	1 screen	3 screens
Max. video quality	Up to Full HD (1080p)	Up to 4K (2160p)
Compatible devices	Phone, Tablet, Laptop, TV	Phone, Tablet, Laptop, TV
Watch all our titles	✓	✓
Download & watch offline on mobile devices only & for selected content	✓	✓
Create profiles	7	7

Gambar 3. 2 Paket Subscription Disney+ Hotstar

Disney+ Hotstar sendiri menawarkan dua pilihan paket yang dapat dibayarkan perbulan ataupun pertahun yang pastinya lebih murah ketimbang membayar perbulan. Kedua paket tersebut adalah paket Basic dan paket Premium dimana selain harga, fitur yang membedakan kedua paket terletak pada berapa jumlah maksimal perangkat yang dapat digunakan untuk satu akun, jumlah perangkat yang dapat digunakan secara bersamaan, serta kualitas dari video seperti yang tertera pada gambar 3.2.



Gambar 3. 3 Pendapatan Disney+ Hotstar

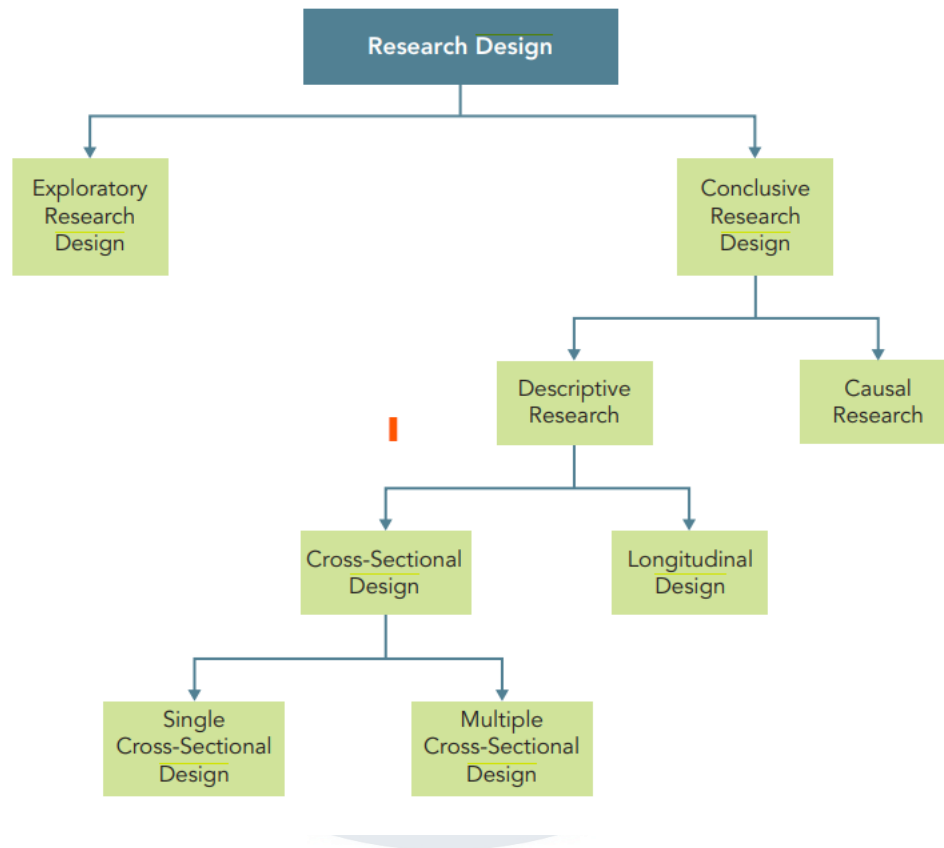
Sampai saat ini, Disney+ Hotstar merupakan salah satu layanan streaming video on-demand paling diminati diseluruh dunia. Disney+ Hotstar sendiri telah menguasai 30% pangsa pasar layanan streaming video on-demand. Setelah proses akuisisi pada tahun 2019, dan memperkenalkannya sebagai Disney+ Hotstar. Tingkatantisipasi tinggi untuk peluncuran tersebut, dengan Disney+ istilah pencarian Google teratas di AS pada 2019. Dalam waktu 24 jam, platform baru yang ditunggu-tunggu telah mencapai 10 juta pelanggan (meskipun beberapa di antaranya telah mendaftar pra-rilis). Pada April 2020, platform streaming ini mencapai 50 juta pelanggan. Dengan lebih dari 150 juta pelanggan pada tahun 2022, Disney+ Hotstar berkembang jauh lebih cepat daripada layanan saingan yang diluncurkan pada waktu yang sama, seperti HBO Max dan Peacock.

Sayangnya, meskipun angka pendapatan meningkat dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan mencatat kerugian di awal tahun 2023 dari kuartal pertama sampai kuartal ke-3nya. Hal ini diakibatkan oleh turunannya jumlah

pelanggan/subscriber dari layanan tersebut. Pada Februari 2023, Disney melaporkan bahwa Disney+ mengalami kerugian bersih 2.4 juta pelanggan di seluruh dunia pada kuartal fiskal pertama tahun 2023, dengan hilangnya hak streaming IPL di India ke Viacom18 menjadi faktor utama yang paling berkontribusi atas penurunan tersebut. Pada Februari 2023, dilaporkan bahwa program asli HBO akan dihilangkan dari layanan Disney+Hotstar, mungkin hal ini terkait dengan pengumuman yang dibuat oleh CEO Disney Bob Iger mengenai restrukturisasi dan pemotongan biaya \$5.5 miliar di The Walt Disney Company. Hal ini dikonfirmasi oleh platform melalui tweet pada bulan berikutnya, mengumumkan bahwa program asli HBO akan dihapus dari platform mulai 31 Maret, termasuk seri seperti Game of Thrones, spin-off House of the Dragon, Succession dan seri yang sedang berlangsung The Last of Us. Hal ini juga yang menjadi kemungkinan penyebab penurunan subscriber layanan Disney+ Hotstar.

3.2 Desain Penelitian

Menurut David Rothstein, CEO, RTi Research “Desain penelitian adalah peta jalan yang memandu perjalanan melalui pengembangan survei, pengumpulan data, analisis, dan persiapan laporan. Berdasarkan Malhotra (2019) dalam melakukan riset pasar, *Research Design* merupakan kerangka kerja atau *blueprint*. *Research design* men-detail prosedur yang diperlukan untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menyusun atau memecahkan masalah riset pemasaran. *Research design* yang baik akan memastikan bahwa proyek riset pemasaran dilakukan secara efektif dan efisien.



Gambar 3. 4 A Classification of Marketing Research Designs

Sumber: Malhotra (2019)

Menurut Malhotra (2019), ada dua jenis desain penelitian, seperti:

- Exploratory Research Design
Tujuannya untuk mencari permasalahan ataupun situasi yang memberikan pemahaman atau wawasan. Penelitian jenis ini merumuskan masalah dengan lebih tepat, membantu mengidentifikasi Tindakan alternatif, membantu mengembangkan hipotesis, dan sebagainya (Malhotra, 2019).
- Conclusive Research Design
Tujuan dari desain penelitian konklusif untuk menggambarkan fenomena tertentu secara khusus, untuk menguji hipotesis tertentu, dan untuk memeriksa apakah ada hubungan antara hipotesis. (Malhotra, 2019).

Menurut Malhotra (2019), penelitian konklusif terbagi menjadi dua jenis, seperti:

1) Descriptive Research Design

Memiliki tujuan menggambarkan sesuatu yang biasanya memiliki karakteristik atau fungsi pasar. Penelitian deskriptif dibagi dua jenis, yaitu *cross sectional* dan *longitudinal design*. *Cross-sectional* melibatkan pengumpulan informasi dari sampel populasi yang diberikan hanya sekali dan desain longitudinal ketika sampel tetap populasi diukur berulang kali pada variabel yang sama. *Cross-sectional design* dikategorikan menjadi *single* dan *multiple cross-sectional*. *Single cross-sectional* merupakan pengambilan hanya satu sample responden dari populasi sasaran. *Multiple cross-sectional* ketika ada pengambilan dua atau lebih sampel responden dari populasi sasaran. (Malhotra, 2019)

2) Causal Research Design

Jenis penelitian konklusif digunakan untuk mendapatkan bukti mengenai hubungan sebab dan akibat (kausal). (Malhotra, 2019)

Penelitian ini menggunakan *conclusive* dengan *descriptive type* sebagai desain penelitiannya karena tujuannya untuk mendeskripsikan situasi atau fenomena secara sistematis dan untuk menguji hipotesis antara variabel-variabel seperti *Satisfaction*, *Confirmation*, *Enjoyment*, *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance intention*. Penelitian ini menggunakan desain *single cross-sectional* yakni pengambilan sampel hanya akan dilakukan sekali berdasarkan kriteria responden yang ditentukan sebelumnya. (Malhotra, 2019)

3.3 Primary & Secondary Data Source (Research Data)

Menurut Malhotra (2019), untuk melakukan penelitian terdapat dua macam data yang dapat digunakan, yaitu:

- Primary Data

Berasal dari peneliti dengan tujuan mengatasi masalah yang dihadapi. Data diperoleh langsung dilapangan melalui responden. Data primer bersifat kualitatif atau kuantitatif. Pemahaman yang diberikan penelitian kualitatif tentang pengaturan masalah, sementara penelitian kuantitatif berusaha untuk mengukur data dan biasanya, menerapkan beberapa bentuk analisis statistic (Malhotra 2019).

- **Secondary Data**

Merupakan data yang telah dikumpulkan untuk tujuan lain selain masalah yang dihadapi. Data tidak berasal dari peneliti langsung melainkan dari pihak lain yang sudah pernah melakukan penelitian sebelumnya (Malhotra 2019).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer serta data sekunder. Peneliti menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner survei secara langsung kepada responden dan kuesioner akan diisi berdasarkan kondisi aktual responden.

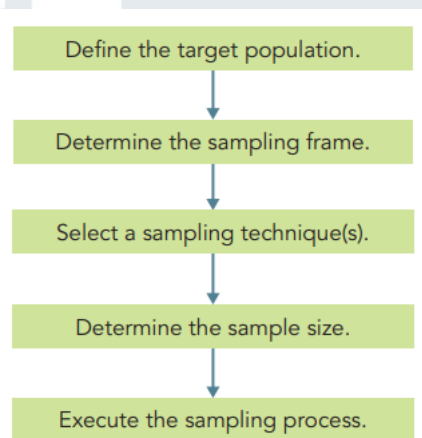
3.4 Populasi

Populasi adalah objek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan mengenai pembuatan kesimpulan. Pendefinisian yang tidak tepat dari populasi dapat menghasilkan penelitian yang tidak efektif dan menyesatkan paling buruk. Pendefinisian populasi melibatkan menerjemahkan definisi permasalahan ke dalam pernyataan yang tepat tentang siapa yang harus dan tidak boleh dimasukkan dalam sampel (Malhotra, 2019). Angka biasanya merupakan parameter populasi, seperti jumlah konsumen yang setia pada merek tertentu. Melalui sensus/sampel dapat memperoleh informasi tentang parameter populasi. Sensus melibatkan penghitungan lengkap unsur-unsur populasi. Parameter populasi dapat dihitung secara langsung setelah sensus dihitung.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua orang yang tahu, sedang berlangganan dan menggunakan layanan Disney+ Hotstar.

3.5 Sampel

Sampel adalah subkelompok dari populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian. Karakteristik sampel, yang disebut statistik, kemudian digunakan untuk membuat kesimpulan tentang parameter populasi. Prosedur estimasi dan pengujian hipotesis merupakan kesimpulan yang menghubungkan parameter populasi dan karakteristik sampel (Malhotra, 2019).



Gambar 3. 5 Sampling Design Process

Sumber: Malhotra (2019)

Menurut Malhotra (2019), terdapat 5 tahap penentuan sampling dalam penelitian. Langkah tahapan ini saling terkait dan relevan dengan semua aspek proyek riset pemasaran. Menurut Malhotra (2019), terdapat 2 macam klasifikasi dalam Teknik sampling yaitu *probability* dan *non-probability*. *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak menggunakan prosedur pemilihan peluang (Malhotra, 2019). Sebaliknya, mereka bergantung pada kenyamanan atau penilaian pribadi peneliti. Sedangkan *probability sampling*, unit pengambilan sampel dipilih berdasarkan peluang atau prosedur pengambilan sampel di mana setiap elemen populasi memiliki peluang probabilistik tetap untuk dipilih untuk sampel (Malhotra, 2019).

Menurut Malhotra (2019), teknik *non-probability sampling* dibagi menjadi:

1. Convenience Sampling

Responden dipilih karena kebetulan berada di tempat yang tepat pada waktu yang tepat. Convenience sampling adalah yang paling murah dan memakan waktu. Unit pengambilan sampel dapat diakses, mudah diukur, & kooperatif. Biasanya survey yang menggunakan banyak sample atau bersifat besar (200 hingga 1500 sampel) menggunakan Teknik ini.

2. Judgmental Sampling

Pemilihan sampling didasari pertimbangan peneliti. Melalui penilaian dan keahlian yang dimiliki, peneliti menentukan unsur-unsur yang dimasukkan ke sampel dimana berdasarkan penilaian dan keahlian tersebut, mewakili populasi yang diinginkan.

3. Quota Sampling

Terdapat 2 tahap dalam Teknik ini. Pertama mengembangkan kategori kuota/elemen populasi. Kedua, pemilihan sampel berdasarkan penilaian/kemudahan.

4. Snowball Sampling

Dalam pengambilan Snowball Sampling, kelompok responden awal biasanya dipilih secara acak. Setelah diwawancarai, responden ini diminta untuk mengidentifikasi orang lain yang termasuk dalam populasi target yang diminati. Responden selanjutnya dipilih berdasarkan rujukan. Proses ini dapat dilakukan secara bergelombang dengan mendapatkan referral dari referal.

Menurut Malhotra (2019), teknik pengambilan *probability sampling* dibagi menjadi:

1. Simple random sampling

Probabilitas yang dimiliki setiap elemen populasi sama dimana dipilih secara independent dan acak.

2. Systematic sampling

Sampel dipilih dengan memilih titik awal acak dan kemudian memilih setiap elemen secara berurutan dari kerangka pengambilan sampel

3. Stratified random sampling

Menggunakan proses dua langkah untuk membagi populasi menjadi subpopulasi, atau strata. Penempatan setiap elemen populasi harus pada satu strata dan tidak ada yang dihilangkan elemen populasinya. Pemilihan elemen dipilih dari setiap strata secara acak.

4. Cluster Sampling

Populasi sasaran pertama-tama dibagi menjadi sub populasi yang saling eksklusif dan lengkap secara kolektif, atau kelompok. Kemudian dipilih sampel acak, berdasarkan teknik probability sampling seperti simple random sampling.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik non-probability sampling, karena tidak semua populasi memiliki peluang tetap untuk terpilih menjadi sampel dalam penelitian ini. Jenis non-probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah judgmental sampling dimana peneliti menentukan kriteria elemen yang dapat mewakili populasi sasaran. Peneliti melakukan judgmental sampling dengan menyaring target populasi atau responden yang harus memenuhi kriteria.

3.6 Minimum sample size

Pemilihan elemen dari populasi yang lebih besar disebut dengan sampel. Dalam mewakili populasi secara keseluruhan, individu dipilih secara khusus dalam pengambilan sampel. Kesamaan dan perbedaan yang ditemukan dalam populasi

mencerminkan sampel yang baik sehingga ada kemungkinan untuk membuat kesimpulan dari sampel tersebut. (Hair et al 2021).

Untuk mengukur ukuran sampel minimum yang melindungi bahwa hasil dari metode statistik seperti PLS-SEM memiliki kekuatan statistik yang memadai maka menggunakan metode "*10 Times Rule*" yang menunjukkan bahwa ukuran sampel harus sama dengan yang lebih besar dari:

- 10 kali jumlah terbesar indikator formatif yang digunakan untuk mengukur satu variable.
- 10 kali jumlah terbesar jalur struktural yang diarahkan pada variable tertentu dalam model penelitian.

Aturan ini setara dengan mengatakan bahwa ukuran sampel minimum harus 10 kali jumlah maksimum panah yang menunjuk pada variabel laten di mana saja dalam model jalur PLS. Dimana dalam model penelitian kali ini, variable yang memiliki paling banyak panah yang menunjuk kearahnya yaitu *Continuance Intention* dan *Satisfaction* sebanyak 3 panah masing-masing variable. Oleh karena itu, dalam penelitian ini minimal sample yang harus diambil adalah $10 \times 3 = 30$ sample/responden. Penelitian ini menggunakan sample 155 responden sehingga dapat dikatakan bahwa jauh diatas batas minimum jumlah responden yang harus dipenuhi.

3.7 Research instrument

Dinamai setelah pengembangnya Rensis Likert, skala Likert adalah skala yang mengharuskan responden untuk menunjukkan tingkat persetujuan mereka (dari sangat tidak setuju menjadi sangat setuju) dengan memberikan pernyataan pada skala metrik. Perhatikan bahwa beberapa pernyataan positif dan beberapa negatif, diselingi secara acak. Alasan untuk memiliki pernyataan positif dan negatif adalah untuk mengendalikan kecenderungan beberapa responden untuk menandai satu atau ujung skala lainnya tanpa membaca item. Data biasanya diperlakukan

sebagai skala interval. Dengan demikian, skala Likert memiliki karakteristik deskripsi, urutan, dan jarak (Malhotra, 2019).

Kuesioner survei dalam penelitian menggunakan skala Likert tujuh poin dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 7 (sangat setuju). Penelitian ini juga menggunakan data sekunder dari artikel, jurnal, data perusahaan, dan buku ilmiah sebagai data pendukung.

3.8 Operationalization of Variables

Tabel 3. 1 Tabel Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Jurnal pendukung measurement
1	Continuance intention	Nabavi (2016) Keputusan pengguna untuk terus menggunakan TI tertentu yang telah digunakan seseorang.	Saya berniat untuk terus menggunakan layanan Disney+ Hotstar daripada menghentikan penggunaannya..	Pereira & Tam (2021)
			Saya berniat untuk melanjutkan penggunaan layanan Disney+ Hotstar daripada menggunakan sarana alternatif apapun (TV Tradisional).	Pereira & Tam (2021)
			Saya akan menggunakan layanan Disney+ Hotstar secara berkala di masa akan datang.	Pereira & Tam (2021)

			Saya akan menggunakan layanan Disney+ Hotstar sering kali di masa akan datang.	Pereira & Tam (2021)
2	Satisfaction	Tse & Wilton (1988)	Saya pikir saya membuat keputusan yang benar dengan menggunakan layanan Disney+ Hotstar.	Pereira & Tam (2021)
		Respon konsumen terhadap evaluasi perbedaan yang dirasakan antara harapan dan hasil akhir setelah konsumsi.	Saya merasa gembira/bersemangat dengan keseluruhan pengalaman saya menggunakan layanan Disney+ Hotstar	Behzad Foroughi (2023)
			Saya merasa puas dengan keseluruhan pengalaman saya menggunakan layanan Disney+ Hotstar	Behzad Foroughi (2023)
			Saya merasa senang dengan keseluruhan pengalaman saya menggunakan layanan Disney+ Hotstar	Behzad Foroughi (2023)
3	Confirmation	Bhattacharjee, A. (2001)	Pengalaman saya menggunakan layanan Disney+ Hotstar lebih baik dari pada yang saya harapkan.	Pereira & Tam (2021)
		Menilai kinerja yang dirasakan dalam kaitannya	Secara keseluruhan, kebanyakan harapan saya	Pereira & Tam (2021)

		dengan harapan awal mereka dan menentukan sejauh mana harapan mereka dikonfirmasi	dari penggunaan layanan Disney+ Hotstar terpenuhi. Layanan Disney+ Hotstar dapat memenuhi permintaan melebihi apa yang dibutuhkan untuk layanan tersebut.	Pereira & Tam (2021)
4	Enjoyment	Hsu and Lu (2004)	Saya merasa senang menggunakan layanan Disney+ Hotstar.	Pereira & Tam (2021)
		Kesenangan emosional konsumen berinteraksi dengan layanan tertentu.	Menggunakan layanan Disney+ Hotstar tidak membosankan.	Pereira & Tam (2021)
			Layanan Disney+ Hotstar tidak membuat saya merasa jengkel.	Pereira & Tam (2021)
			Pengalaman layanan Disney+ Hotstar memuaskan.	Pereira & Tam (2021)
5	Perceived Usefulness	Davis at al (1989)	Layanan Disney+ Hotstar memungkinkan saya untuk melarikan diri dari kenyataan yang bermanfaat.	Pereira & Tam (2021)
		Probabilitas subjektif calon pengguna bahwa menggunakan	Layanan Disney+ Hotstar membantu saya berpikir lebih jernih.	Pereira & Tam (2021)

		sistem aplikasi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.	Layanan Disney+ Hotstar membantu saya merasa dipulihkan.	Pereira & Tam (2021)
			Layanan Disney+ Hotstar membantu saya menggunakan waktu dengan lebih baik.	Pereira & Tam (2021)
			Layanan Disney+ Hotstar menurunkan stress saya.	Pereira & Tam (2021)

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Tujuan utama uji validitas dan reliabilitas adalah menilai dan memverifikasi bahwa indikator atau item skala yang digunakan untuk setiap konstruk dapat diandalkan dan valid.

- Validity Test

Sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan sebenarnya antara objek pada karakteristik yang diukur, bukan kesalahan sistematis atau acak (Malhotra, 2019).

- Reliability Test

Sejauh mana skala menghasilkan hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran berulang (Malhotra, 2019). Kesalahan sistematis tidak memiliki dampak buruk pada *reliability*, karena mereka mempengaruhi pengukuran secara konstan dan tidak menyebabkan inkonsistensi. Sebaliknya, kesalahan acak akan menghasilkan inkonsistensi, yang mengarah ke *reliability* yang lebih rendah

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji reliabilitas dan validitas untuk mengukur apakah variabel tersebut reliabel dan valid.

Penelitian ini juga menggunakan model regresi Smart PLS untuk mengetahui signifikansi hubungan antara variabel dependen dan independent.

3.9.2 Structural Equation Model (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) memungkinkan peneliti untuk memodelkan dan memperkirakan hubungan kompleks di antara beberapa variabel dependen dan independen. Ada dua jenis metode SEM: *covariance-based structural equation modeling* (CB-SEM) dan *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM; juga disebut *PLS path modeling*). CB-SEM digunakan untuk mengkonfirmasi (atau menolak) teori yaitu, seperangkat hubungan sistematis antara beberapa variabel yang dapat diuji secara empiris). PLS-SEM telah diperkenalkan sebagai pendekatan "kausal-prediktif" untuk SEM, yang berfokus pada menjelaskan varians dalam variabel dependen model.

Perbedaan konseptual antara PLS-SEM dan CB-SEM berkaitan dengan cara masing-masing metode memperlakukan variabel laten yang termasuk dalam model. CB-SEM merupakan metode SEM berbasis faktor umum yang menganggap konstruksi sebagai faktor umum yang menjelaskan kovariansi antara indikator terkait. Pendekatan ini konsisten dengan filosofi pengukuran yang mendasari pengukuran reflektif, di mana indikator dan kovariasinya dianggap sebagai manifestasi dari konstruk yang mendasarinya. Estimasi model dalam PLS-SEM melibatkan penggabungan indikator berdasarkan metode linier untuk membentuk variabel komposit. Pendekatan berbasis komposit konsisten dengan filosofi pengukuran yang mendasari pengukuran formatif, tetapi ini tidak berarti bahwa PLS-SEM hanya mampu memperkirakan konstruksi yang ditentukan secara formatif. Alasannya adalah bahwa perspektif estimasi (yaitu, membentuk komposit untuk mewakili variabel konseptual) tidak boleh bingung dengan perspektif

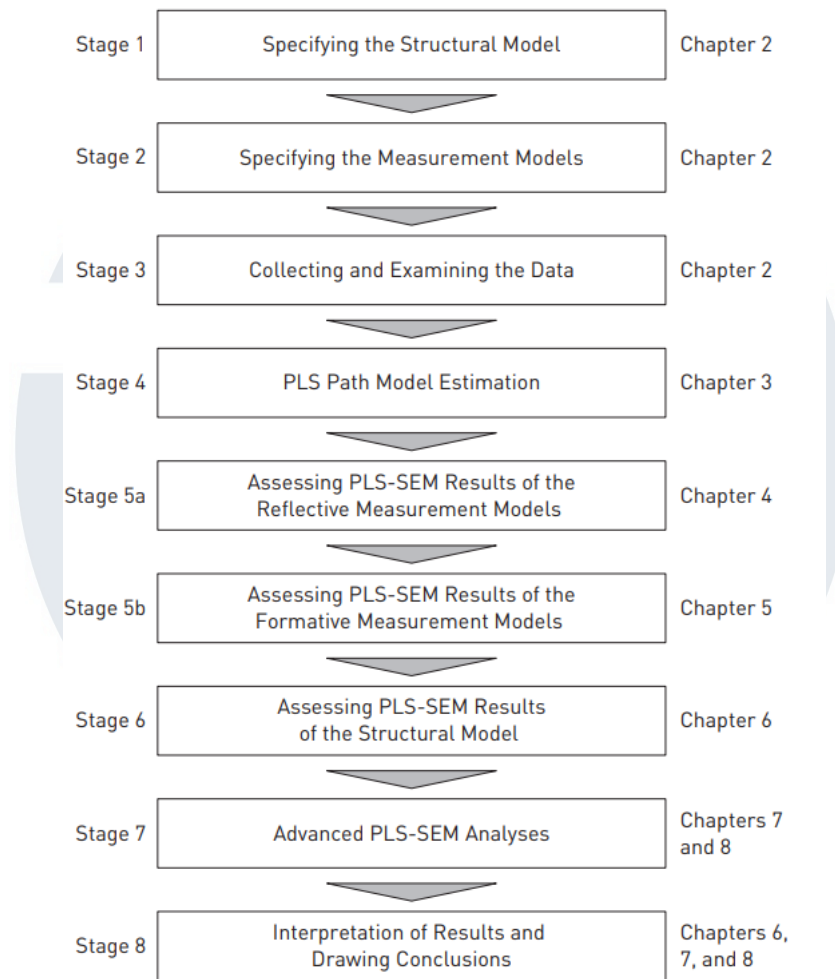
teori pengukuran (yaitu, menentukan model pengukuran sebagai reflektif atau formatif).

3.9.3 Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)

Metode Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dirancang sebagai pendekatan berorientasi prediksi untuk SEM yang melonggarkan tuntutan data dan spesifikasi hubungan yang ditetapkan oleh CB-SEM serta dikembangkan sebagai solusi mengatasi kendala membangun model yang tidak terselesaikan jika validitas dan reliabilitas tidak terlebih dahulu tercapai. (Rigdon 2012) Sebagai contoh, PLS-SEM mampu memperkirakan model yang sangat kompleks hanya dengan menggunakan beberapa pengamatan tanpa memaksakan asumsi distribusi pada data. Singkatnya, sifat statistiknya membuat PLS-SEM sangat berguna untuk pengaturan penelitian eksplorasi yang secara bersamaan kaya data dan kurang teori. Metode Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) sendiri bertujuan memaksimalkan varian yang dapat dijelaskan variable dependen/endogen dan meminimalkan varian yang tidak dapat dijelaskan.

Jika tujuan penelitian adalah pengujian teori dan konfirmasi, maka metode yang tepat adalah CB-SEM. Sebaliknya, jika tujuan penelitian adalah prediksi dan pengembangan teori, maka metode yang tepat adalah PLS-SEM (Ganesh, Justin Paul 2021). Oleh karena itu, dalam penelitian ini menggunakan PLS-SEM dimana peneliti ingin mengembangkan dan memprediksi teori yang ada apakah sudah valid dan reliable.

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



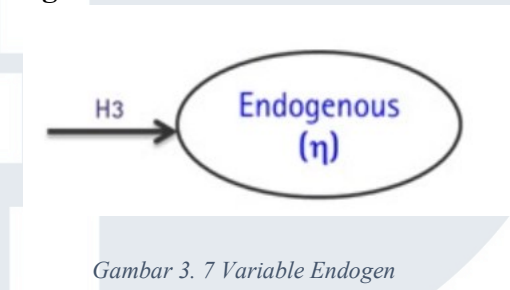
Gambar 3. 6 Prosedur Sistematis Penerapan PLS-SEM

Gambar diatas merupakan prosedur multistage yang harus digunakan sebagai *blueprint* ketika melakukan analisis PLS-SEM. Secara khusus, prosesnya dimulai dengan spesifikasi model struktural dan pengukuran, diikuti dengan pemeriksaan data. Selanjutnya, membahas algoritma PLS-SEM dan memberikan gambaran pertimbangan penting saat menjalankan analisis. Atas dasar hasil perhitungan, peneliti kemudian harus mengevaluasi hasilnya. Untuk melakukannya, peneliti harus tahu bagaimana menilai model pengukuran reflektif dan formatif. Ketika data untuk langkah-langkah dianggap dapat diandalkan dan valid (berdasarkan

kriteria yang ditetapkan), peneliti kemudian dapat mengevaluasi model struktural. Chapter 7 mencakup penanganan efek mediasi dan moderasi yang analisisnya telah menjadi standar dalam penelitian PLS-SEM. Berdasarkan hasil chapter 6 dan 7, peneliti menafsirkan temuan mereka dan menarik kesimpulan akhir mereka. Akhirnya, Chapter 8 menawarkan gambaran singkat tentang teknik-teknik lebih lanjut.

3.10 Identifikasi Variable Penelitian

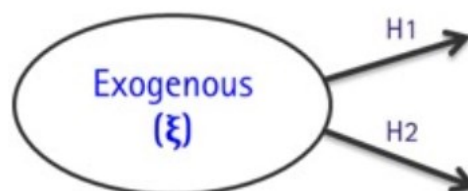
3.10.1 Variable Endogen



Gambar 3. 7 Variable Endogen

Variable endogen secara teoritis ditentukan oleh variable lain yang termasuk dalam model (Malhotra 2019). Dalam penelitian ini, variable Endogen terdiri dari variable *Perceived Usefulness*, *Satisfaction*, dan *Continuance Intention*.

3.10.2 Variable Eksogen



Gambar 3. 8 Variable Eksogen

Variable eksogen tidak dijelaskan oleh variable lain/ditentukan oleh faktor-faktor di luar model dan tidak dapat dijelaskan oleh konstruk atau variabel lain dalam model (Malhotra 2019). Seperti variabel independen dalam regresi, mereka hanya digunakan untuk memprediksi struktur lainnya. Dalam penelitian ini, variable Endogen terdiri dari variable *Confirmation* dan *Enjoyment*.

