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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Blackberry awalnya adalah merek dagang RIM untuk produk dalam genggaman nirkabel, yang pada mulanya berupa pager surat elektronik yang dirilis tahun 1999. Blackberry kemudian berevolusi menjadi telepon genggam, dan tersohor karena fitur *push mail* dan aplikasi pesan instan *Blackberry Messenger*. Era Blackberry dimulai pada Maret 2002, ketika RIM meluncurkan BlackBerry 5810 yang merupakan perangkat genggam pertama dari RIM yang mendukung jaringan nirkabel GSM dan GPRS. Ponsel ini ditujukan ke segmen korporasi. Layar masih monokrom, dan pengguna harus menancapkan headset lalu memasangnya di telinga jika ingin melakukan panggilan telepon. Perusahaan asal Kanada itu lantas mempermudah kegiatan panggilan telepon, dengan menyematkan *hardware audio built-in* di ponsel mulai dari Blackberry 6710. Terobosan nyata ditunjukan pada seri 7200 dan 7700 tahun 2004. Kedua ponsel itu tak hanya ditujukan untuk segmen korporasi saja namun untuk konsumen pada umumnya.

Pengaruh Kenyamanan..., Mohammad Ashari Prawiraatmaja, FB UMN, 2014

Gambar 3.1 Blackberry 7200 dan Blackberry 7700

Sumber: http://www.tribuneindia.com/2005/20051103/biz.htm

Blackberry kemudian mengalami pembaruan dengan layar berwarna, desain elegan, dan konsisten dengan menyediakan tombol fisik pada papan ketiknya. Sukses besar diraih ketika RIM melahirkan Blackberry seri Curve, Pearl, hingga Bold untuk segmen konsumen menengah ke atas. RIM semakin kuat dengan menguasai pasar di segmen korporasi (*www.tekno.kompas.com*, 4 Februari 2013).

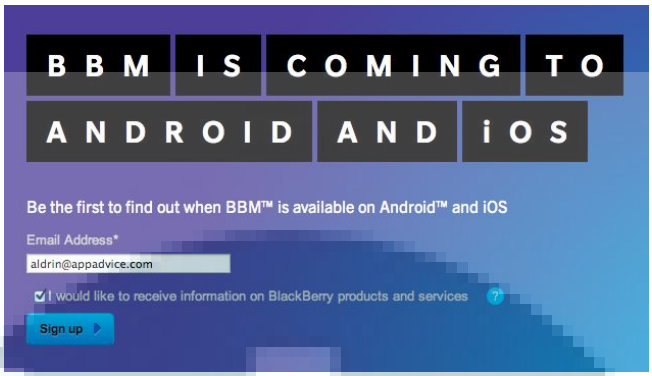
Gambar 3.2 Blackberry Pearl, Blackberry Curve, Blackberry Bold

Sumber: http://www.techdigest.tv/2008/05/comparison_of_r.html

Pada tahun 2010 RIM membuat tablet Blackberry PlayBook yang ternyata setelah cukup lama diluncurkan PlayBook ternyata kurang laku di pasaran dan RIM mengalami kerugian besar karena penjualan PlayBook yang kurang dari target di seluruh dunia hal ini terbukti ketika diadakan potongan diskon sebesar 50% di Indonesia PlayBook tetap tidak menarik minta konsumen pada produk tersebut (*www.tekno.kompas.com*, 22 Desember 2011). Di tahun 2012 kedua pendiri RIM, *co-CEO* Mike Lazaridis dan *co-Chairman* Jim Balsillie, memutuskan mundur dari jabatannya, keduanya digantikan oleh Thorsten Heins dan Barbara Stymiest. Thorsten Heins, adalah mantan *Chief Operating Officer* di RIM. Sebelum bergabung dengan RIM, Heins sempat bekerja untuk Siemens. Sedangkan Barbara Stymiest, yang menjabat sebagai *Chairman*, juga tergolong pendatang baru di RIM karena ia bergabung di jajaran dewan direksi pada Maret 2007 (*www.bangka.tribunnews.com*, 23 Januari 2012).

Pada awal tahun 2013 RIM menyatakan mengejutkan dunia karena akan meluncurkan aplikasi Blackberry Messenger sebagai fitur andalannya tersedia untuk ponsel android dan iPhone. Akhirnya RIM merilis berita mulai tanggal 21 September 2013 semua pengguna ponsel android dan iPhone dapat mengunduh aplikasi tersebut untuk saling berkomunikasi (*www.tekno.kompas.com*, 19 September 2013).

Pengaruh Kenyamanan..., Mohammad Ashari Prawiraatmaja, FB UMN, 2014



Gambar 3.3 Peluncuran BBM Untuk Android dan iOS

Sumber: http://appadvice.com/appnn/2013/05/blackberry-messenger-finally-coming-to-ios-and-android-this-summer

Pada November 2013 RIM kembali mengejutkan dunia karena mengganti pimpinan mereka saat itu Thorsten Heins dengan John Chen Perjalanan hidup John Chen terbilang penuh perjuangan. Ia adalah anak imigran asal Hong Kong yang coba mengadu nasib di Amerika Serikat pada tahun 1973. Pria ini tercatat pernah duduk sebagai Chairman dan CEO Sybase, pembuat software database komputer. Hebatnya, Chen sukses mengangkat Sybase dari keterpurukan. Sybase diketahui pernah mengalami kerugian sampai USD 98 juta pada tahun 1998. Sampai akhirnya datang Chen yang mampu membalikkan kondisi bisnis Sybase menjadi lebih sehat (*www.inet.detik.com*, 5 November 2013).

3.2 Desain Penelitian

Pada penelitian ini jenis penelitiannya adalah jenis penelitian deskriptif. Menurut Malhotra, (2009) penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, atau fenomena yang terjadi pada saat ini.

Dalam penelitian ini penulis berusaha untuk melihat peristiwa yang menjadi pusat perhatiannya kemudian dituliskan sebagaimana adanya. Masalah yang penulis teliti adalah tentang analisa bagimana ketergantungan dan perilaku pembelian *smartphone* Blackberry setelah adanya persaingan yang semakin ketat dari ponsel jenis android dan iPhone setelah sebelumnya Blackberry mendominasi ponsel pintar di Indonesia apakah ada dampak yang ditimbulkan dari sisi ketergantungan konsumen untuk tergantung dengan Blackberry dan juga dari sisi perilaku pembeliannya di masa yang akan datang.

3.3 Populasi dan Unit Sampel

Menurut Malhotra (2009) populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset, sehingga populasi yang dimaksud adalah semua pengguna ponsel Blackberry. Sampel menurut Malhotra (2009) adalah sub kelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi sehingga sampel yang diambil adalah para pengguna ponsel Blackberry yang minimal sudah menggunakan Blackberry minimal selama 3 bulan dan sudah berumur 17 tahun.

3.3.1 Teknik Pengambilan Sampel

Untuk penelitian ini penulis menggunakan teknik *non probability*, teknik ini berarti tidak semua orang di populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel dari *sampling unit* (Malhotra, 2010). Penelitian ini menggunakan teknik *judgemental sampling. Judgemental sampling* merupakan *non probability*

Pengaruh Kenyamanan..., Mohammad Ashari Prawiraatmaja, FB UMN, 2014

sampling dimana peneliti dalam memilih sampelnya berdasarkan ketentuan tertentu dari peneliti (Malhotra, 2010), adapun kriteria penentuan sampel pada penelitian ini adalah para konsumen yang minimal sudah berusia 17 tahun yang mempunyai ponsel Blackberry dan minimal sudah menggunakan ponsel tersebut minimal 3 bulan. Alasan peneliti menggunakan teknik *judgemental sampling* dalam penelitian ini, adalah karena responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini harus memiliki kriteria yang spesifik.

Proses pengumpulan data pada kuesioner ini menggunakan metode *cross-sectional*, dimana metode ini adalah metode untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian menggunakan penyebaran kuesioner yang dilakukan satu kali (Malhotra, 2010). Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data primer dengan mengumpulkan sendiri data yang diperlukan dengan menyebarkan kuesioner. Cara yang digunakan untuk menyebar kuesioner adalah dengan *link address* menggunakan bantuan *Google Docs* dan penyebaran kuesioner secara langsung. Hasil penelitian akan diproses lebih lanjut menggunakan perangkat lunak Lisrel versi 8.80 yang banyak digunakan untuk mengolah persamaan model SEM.

Pengaruh Kenyamanan..., Mohammad Ashari Prawiraatmaja, FB UMN, 2014

3.3.2 Jumlah Sampel

Jumlah sampel minimum yang diambil dari penulis dalam penelitian ini adalah menurut Hair *et al*, (2010) adalah dengan jumlah indikator dikali dengan 5 sehingga (5 x 23 indikator) = **115 sampel**

3.3.3 Pengolahan Sampel

Proses pengambilan sampel dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada 115 responden, sebelumnya diadakan pengambilan 30 sampel terlebih dahulu untuk dijadikan uji *pre-test.*

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan beberapa variabel penelitian yaitu *Convenience, Social Needs, Social Influence, Dependency,* dan *Purchase Behaviour.* Variabel adalah segala sesuatu yang dapat berupa nilai yang berbeda-beda. Variabel dapat dijelaskan dalam dua cara yaitu secara konseptual dan operasional. Secara konseptual berarti memberikan definisi dasar dari masing-masing variabel berdasarkan literatur. Secara operasional berarti mengukur konsep tersebut dengan melihat lebih dalam variabel tersebut seperti tertera di dalam Tabel 3.1 berikut ini.

Pengaruh Kenyamanan..., Mohammad Ashari Prawiraatmaja, FB UMN, 2014

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Teknik Penskalaan	Referensi Indikator
Convenience	Kemampuan *smartphone* untuk dapat dipakai dimana saja dan kapan saja (Genova, 2010)	1. Kecepatan 2. Menghemat waktu 3. Penggunaan Blackberry > laptop 4. Blackberry = ponsel + laptop 5. Menerima dokumen 6. Mengirim dokumen	Likert 1-5	Ting, D. H., Lim, S. F., Patanmacia, T. S., Low, C. G., & Ker, G. C. (2011)
Social Needs	Dorongan berinteraksi dari individu yang membutuhkan komunikasi dengan teman, keluarga, dan rekan kerabat lainnya (Tikkanen, 2009)	1. Hubungan melalui sosial media 2. Informasi lingkup sosial terkini 3. Bertemu langsung 4.Terhubung dengan keluarga	Likert 1-5	Ting, D. H., Lim, S. F., Patanmacia, T. S., Low, C. G., & Ker, G. C. (2011)
Social Influence	Kondisi yang dilakukan orang lain untuk mempengaruhi keyakinan, perasaan, dan perilaku dari seseorang (Mason et al, 2007)	1.Merk disukai teman 2.Dorongan keluarga 3.Kemudahan lingkup sosial 4.Terbujuk teman	Likert 1-5	Ting, D. H., Lim, S. F., Patanmacia, T. S., Low, C. G., & Ker, G. C. (2011)

Tabel 3.1 (lanjutan)

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Teknik Penskalaan	Referensi Indikator
Dependency	Kebutuhan untuk terus menggunakan barang dalam kehidupan sehari-hari (Wajcman *et al*, 2008)	1.Frekuensi penggunaan 2.Ketidakberdayaan tanpa Blackberry 3.Penggunaan Blackberry untuk hal penting 4.Tidak perlu Blackberry untuk hal penting	Likert 1-5	Ting, D. H., Lim, S. F., Patanmacia, T. S., Low, C. G., & Ker, G. C. (2011).
		5. Keberadaan Blackberry		Tian, L., Shi, J.,Yang, Z. (2009) dalam Ting, D. H., Lim, S. F., Patanmacia, T. S., Low, C. G., & Ker, G. C. (2011).
Purchase Behaviour	Rencana pembelian di masa yang akan datang berdasarkan pengalaman menggunakan barang (Keaveney & Parthasarathy, 2001)	1. Kepuasan 2. Pengalaman baik > pengalaman buruk 3. Niat penggunaan Blackberry 4. Niat pembelian Blackberry	Likert 1-5	Ting, D. H., Lim, S. F., Patanmacia, T. S., Low, C. G., & Ker, G. C. (2011).

3.5 Teknis Analisis

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan program Lisrel versi 8.80 dengan mengadakan *pre-test* 30 sampel terlebih dahulu kemudian dilanjutkan analisis dengan menggunakan 115 sampel.

3.5.1 Metode Analisis Data dengan *Structural Equation Model*

Pada penelitian ini data akan dianalisis dengan menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) yang merupakan sebuah teknik *statistic multivariate* yang menggabungkan aspek-aspek dalam regresi berganda (yang bertujuan untuk menguji hubungan dependen) dan analisis faktor yang menyajikan *unmeasured concept factor with multiple variable* yang digunakan untuk memperkirakan serangkaian hubungan dependen yang saling mempengaruhi secara bersama-sama (Hair *et al.*, 2010).

Pada penelitian ini teknik pengolahan data SEM dengan metode *confirmatory factor analysis* (CFA). Adapun prosedur dalam CFA yang membedakan dengan *exploratory factor analysis* (EFA) adalah model penelitian dibentuk terlebih dahulu, jumlah variabel ditentukan oleh analisis, pengaruh suatu variabel laten terhadap variabel indikator dapat ditetapkan sama dengan nol atau suatu konstanta, kesalahan pengukuran boleh berkorelasi, kovarian variabel-variabel laten dapat diestimasi atau ditetapkan pada nilai tertentu dan identifikasi parameter diperlukan (Wijanto, 2008).

Pengaruh Kenyamanan..., Mohammad Ashari Prawiraatmaja, FB UMN, 2014

Pada prosedur SEM diperlukan evaluasi terhadap tingkat kecocokan data dengan model, hal ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu (Wijanto, 2008):

1. Kecocokan keseluruhan model (*overall model fit*).

Tahap pertama dari uji kecocokan ini ditujukan untuk mengevaluasi secara umum derajat kecocokan atau *Goodness of fit* (GOF) antara data dengan model. Menilai GOF suatu SEM secara menyeluruh (*overall*) tidak memiliki satu uji statistik terbaik yang dapat menjelaskan kekuatan prediksi model. Sebagai gantinya, para peneliti telah mengembangkan beberapa ukuran GOF yang dapat digunakan secara bersama-sama atau kombinasi.

Pengukuran secara kombinasi tersebut dapat dimanfaatkan untuk menilai kecocokan model dari tiga kecocokan yaitu *overall fit* (kecocokan keseluruhan), *comparative fit base model* (kecocokan komperatif terhadap model dasar), dan model *parsimony* (parsimoni model). Berdasarkan hal tersebut, Hair *et al.* (dalam Wijanto, 2008), kemudian mengelompokan GOF yang ada menjadi tiga bagian yaitu ukuran kecocokan absolut (*absolute fit measure*), ukuran kecocokan inkremental (*incremental fit measure*), dan ukuran kecocokan parsimoni (*parsimonius fit measure*).

Ukuran kecocokan absolut (*absolute fit measure*) digunakan untuk menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matriks korelasi dan kovarian, ukuran kecocokan

Pengaruh Kenyamanan..., Mohammad Ashari Prawiraatmaja, FB UMN, 2014

inkremental (*incremental fit measure*) digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar (*baseline model*) yang sering disebut *null model* (model dengan semua korelasi diantara variabel nol) dan ukuran kecocokan parsimoni (*parsimonius fit measure*) yaitu model dengan parameter relatif sedikit (dan *degree of freedom* relatif banyak). Adapun ringkasan uji kecocokan dan pemeriksaan kecocokan secara lebih rinci ditujukkan pada table 3.2 dibawah ini.

Tabel 3.2 Perbandingan Ukuran-Ukuran *Goodness of Fit*

Ukuran *Goodness of Fit* (GOF)	**Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima**	**Kriteria Uji**
	Absolute Fit Measure	
Statistic Chi –Square (X2) P	Nilai yang kecil p > 0.05	*Good Fit*
Non-Centraly Parameter (NCP)	Nilai yang kecil *Interval* yang sempit	*Good Fit*
Goodness-of-Fit Index (GFI)	GFI ≥ 0.90	*Good Fit*
	0.80 ≤ GFI ≤ 0.90	*Marginal Fit*
	GFI ≤ 0.80	*Poor Fit*
Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)	SRMR ≤ 0.05	*Good Fit*
	SRMR ≥ 0.05	*Poor Fit*
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	RMSEA ≤ 0.08	*Good Fit*
	0.08 ≤ RMSEA ≤ 0.10	*Marginal Fit*
	RMSEA ≥ 0.10	*Poor Fit*
Expected Cross-Validation Index	Nilai yang kecil dan dekat EVCI	*Good Fit*

Pengaruh Kenyamanan..., Mohammad Ashari Prawiraatmaja, FB UMN, 2014

Tabel 3.2 (lanjutan)

Ukuran *Goodness of Fit* (GOF)	Tingkat Kecocokan Yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
Incremental Fit Measure		
Tucker- Lewis Index atau Non-Normsed Fit Index (TLI atau NNFI)	NNFI ≥ 0.90	*Good Fit*
	0.80 ≤ NNFI ≤ 0.90	*Marginal Fit*
	NNFI ≤ 0.80	*Poor Fit*
Normsed Fit Index (NFI)	NFI ≥ 0.90	*Good Fit*
	0.80 ≤ NFI ≤ 0.90	*Marginal Fit*
	NFI ≤ 0.80	*Poor Fit*
Adjusted Goodness-of-Fit Index (AGFI)	AGFI ≥ 0.90	*Good Fit*
	0.80 ≤ AGFI ≤ 0.90	*Marginal Fit*
	AGFI ≤ 0.80	*Poor Fit*
Relative Fit Index (RFI)	RFI ≥ 0.90	*Good Fit*
	0.80 ≤ RFI ≤ 0.90	*Marginal Fit*
	RFI ≤ 0.80	*Poor Fit*
Incremental Fit Index (IFI)	IFI ≥ 0.90	*Good Fit*
	0.80 ≤ IFI ≤ 0.90	*Marginal Fit*
	IFI ≤ 0.80	*Poor Fit*
Comperative Fit Index (CFI)	CFI ≥ 0.90	*Good Fit*
	0.80 ≤ CFI ≤ 0.90	*Marginal Fit*
	CFI ≤ 0.80	*Poor Fit*

Tabel 3.2 (lanjutan)

Ukuran *Goodness of Fit* (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
	Parsimonius Fit Measure	
Parsimonius Goodness of Fit Index (PGFI)	PGFI ≥ 0.50	*Good Fit*
Akaike Information Criterion (AIC)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai AIC *saturated.*	*Good Fit*
Consistent Akaike Information Criterion (CAIC)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai CAIC *saturated.*	*Good Fit*

Sumber: Wijanto, 2008

2. Uji Kecocokan Model Pengukuran

Setelah hasil dari uji kecocokan model dengan data terbilang baik, langkah selanjutnya yang perlu dilakukan adalah melakukan uji kecocokan terhadap model pengukuran. Menurut Wijanto, (2008) uji yang akan dilakukan dalam tahapan ini adalah uji terhadap masing-masing variabel secara terpisah melalui :

a. Evaluasi terhadap validitas dari model pengukuran.

   Menurut Wijanto, (2008) Uji validitas dapat dikatakan baik apabila konstruk atau variabel latennya memenuhi syarat sebagai berikut :

   1. Nilai t muatan faktornya (*t-value*) lebih besar dari nilai kritis atau ≥ 1,96.
   2. Muatan faktor standarnya (*standardized loading factors*) ≥ 0,50

Pengaruh Kenyamanan..., Mohammad Ashari Prawiraatmaja, FB UMN, 2014

b. Evaluasi terhadap reliabilitas dari model pengukuran.

Uji reliabilitas dapat dikatakan baik apabila nilai *construct reliability* (CR) ≥ 0,7 dan nilai *variance extracted* (VE) ≥ 0,5. Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung CR dan VE (Wijanto, 2008).

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

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

3. Uji Analisis Model Struktural

Setelah hasil dari uji kecocokan model pengukuran validitas dan reliabilitas dirasa sudah baik maka langkah selanjutnya adalah mengevaluasi dan menganalisis setiap koefisien dari hipotesis dimana nilai *t-value* harus lebih besar dari nilai kritis atau ≥ 1,96 agar hipotesis dapat diterima.

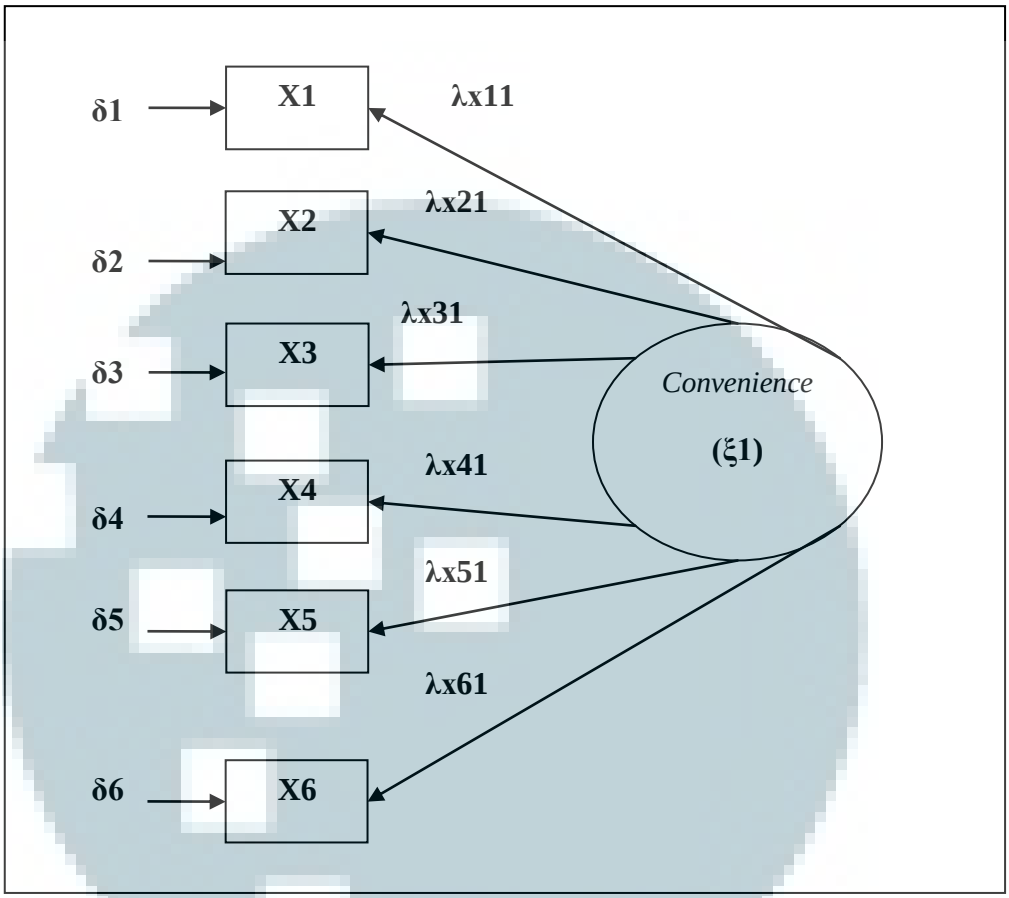
3.6 Model Pengukuran (*Measurement Model*)

Pada penelitian ini terdapat lima model pengukuran berdasarkan variabel yang diukur yaitu :

1. *Convenience model*

   Pada model ini terdiri dari 6 indikator yang mewakili satu variabel laten yaitu *convenience*.Berdasarkan definisi operasional pada tabel 3.1, maka dibuat model pengukuran sebagai berikut:

Pengaruh Kenyamanan..., Mohammad Ashari Prawiraatmaja, FB UMN, 2014

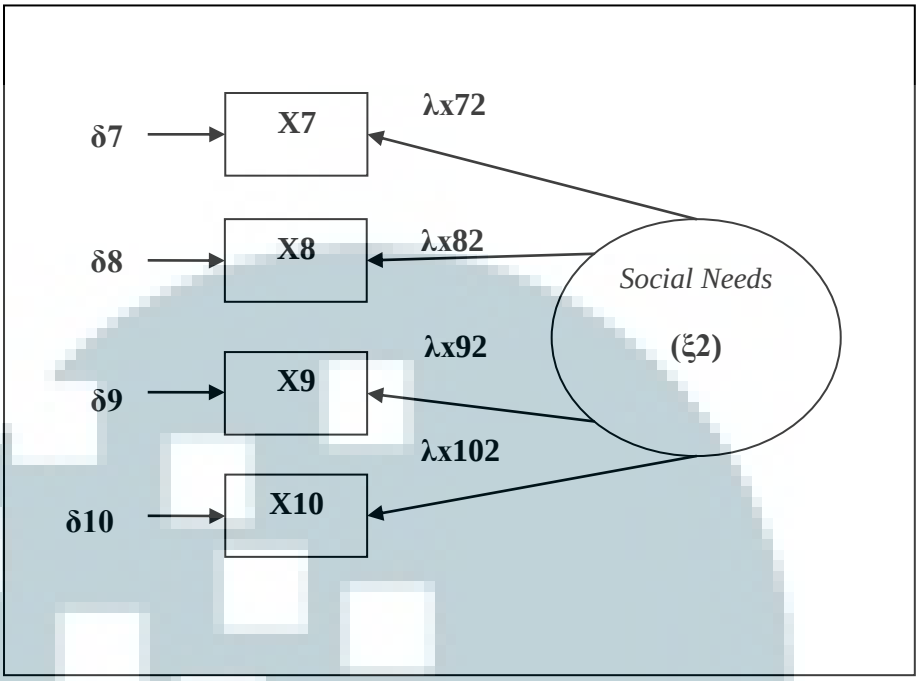


Gambar 3.4 Model Pengukuran *Convenience*

2. *Social Needs*

Pada model ini terdiri dari 4 indikator yang mewakili satu variabel laten yaitu *social needs*. Berdasarkan definisi operasional pada tabel 3.1, maka dibuat model pengukuran sebagai berikut:

Pengaruh Kenyamanan..., Mohammad Ashari Prawiraatmaja, FB UMN, 2014

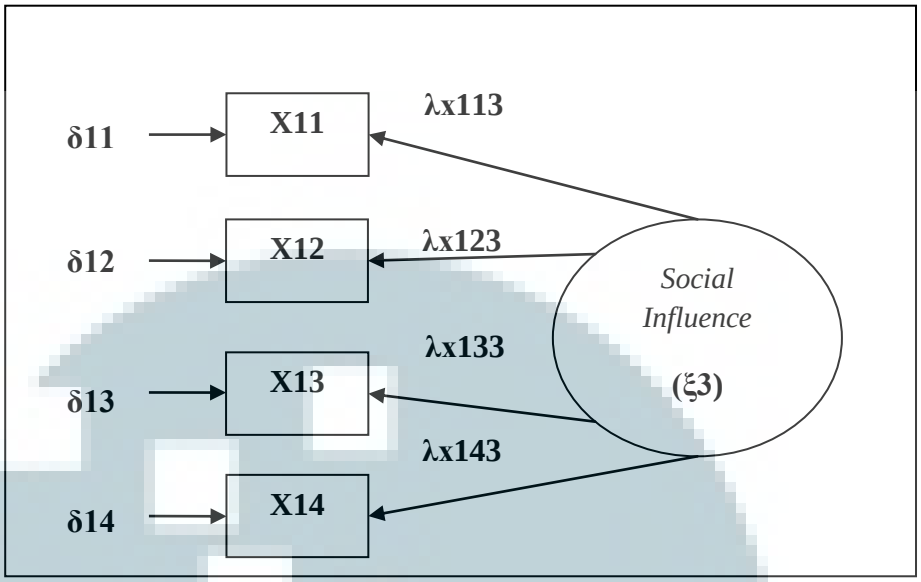


Gambar 3.5 Model Pengukuran *Social Needs*

3. *Social Influence*

Pada model ini terdiri dari 4 indikator yang mewakili satu variabel laten yaitu *social influence*. Berdasarkan definisi operasional pada tabel 3.1, maka dibuat model pengukuran sebagai berikut:

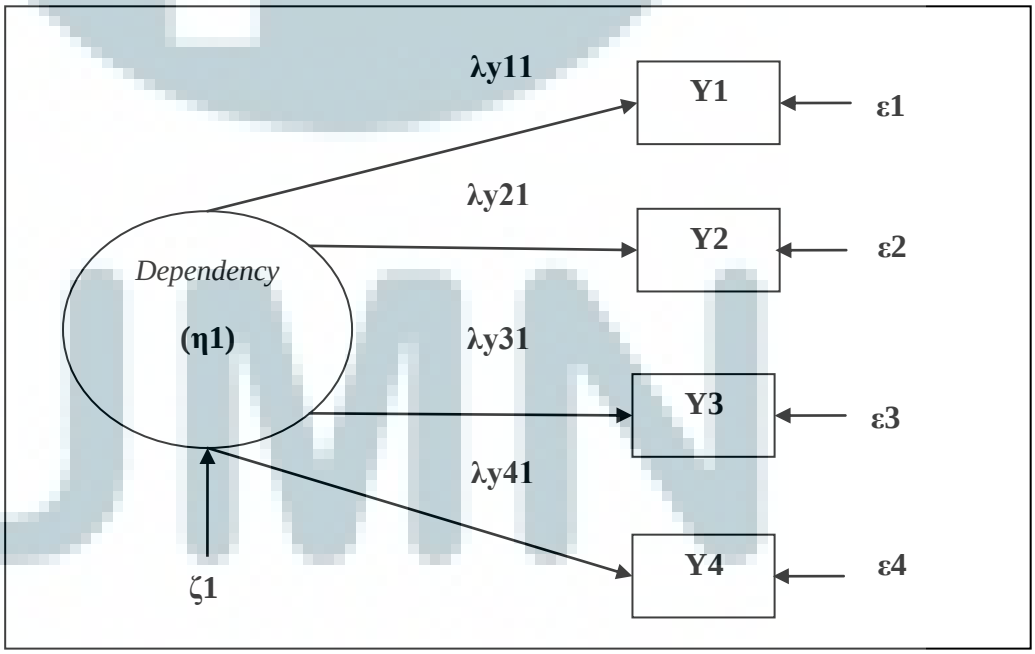
Pengaruh Kenyamanan..., Mohammad Ashari Prawiraatmaja, FB UMN, 2014



Gambar 3.6 Model Pengukuran *Social Influence*

4. *Dependency*

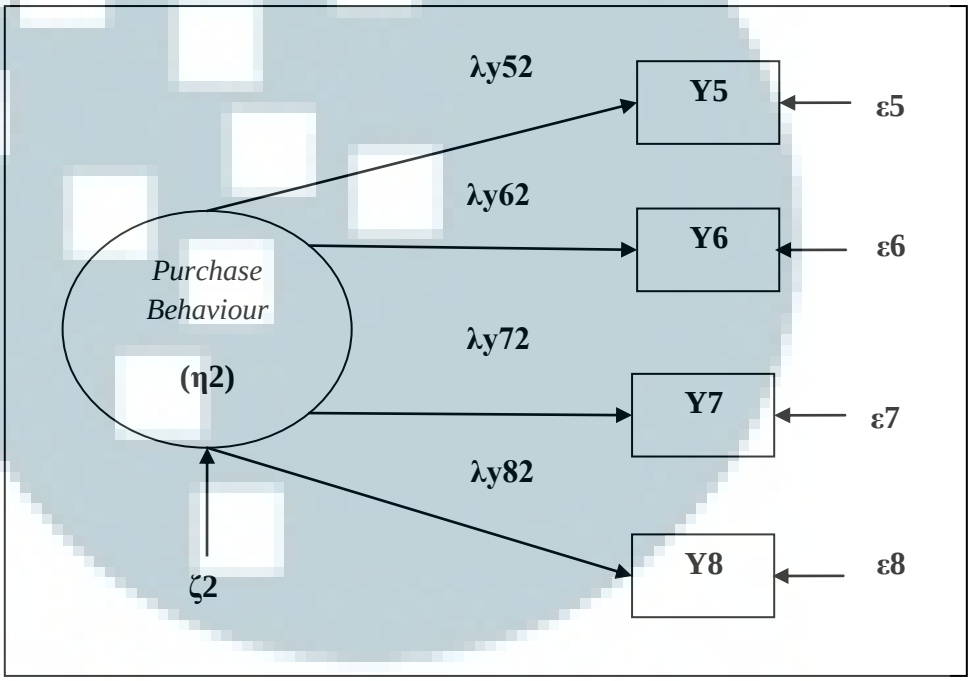
Pada model ini terdiri dari 4 indikator yang mewakili satu variabel laten yaitu *dependency*. Berdasarkan definisi operasional pada tabel 3.1, maka dibuat model pengukuran sebagai berikut:



Gambar 3.7 Model Pengukuran *Dependency*

5. *Purchase Behaviour*

Pada model ini terdiri dari 4 indikator yang mewakili satu variabel laten yaitu *purchase behaviour*. Berdasarkan definisi operasional pada tabel 3.1, maka dibuat model pengukuran sebagai berikut:

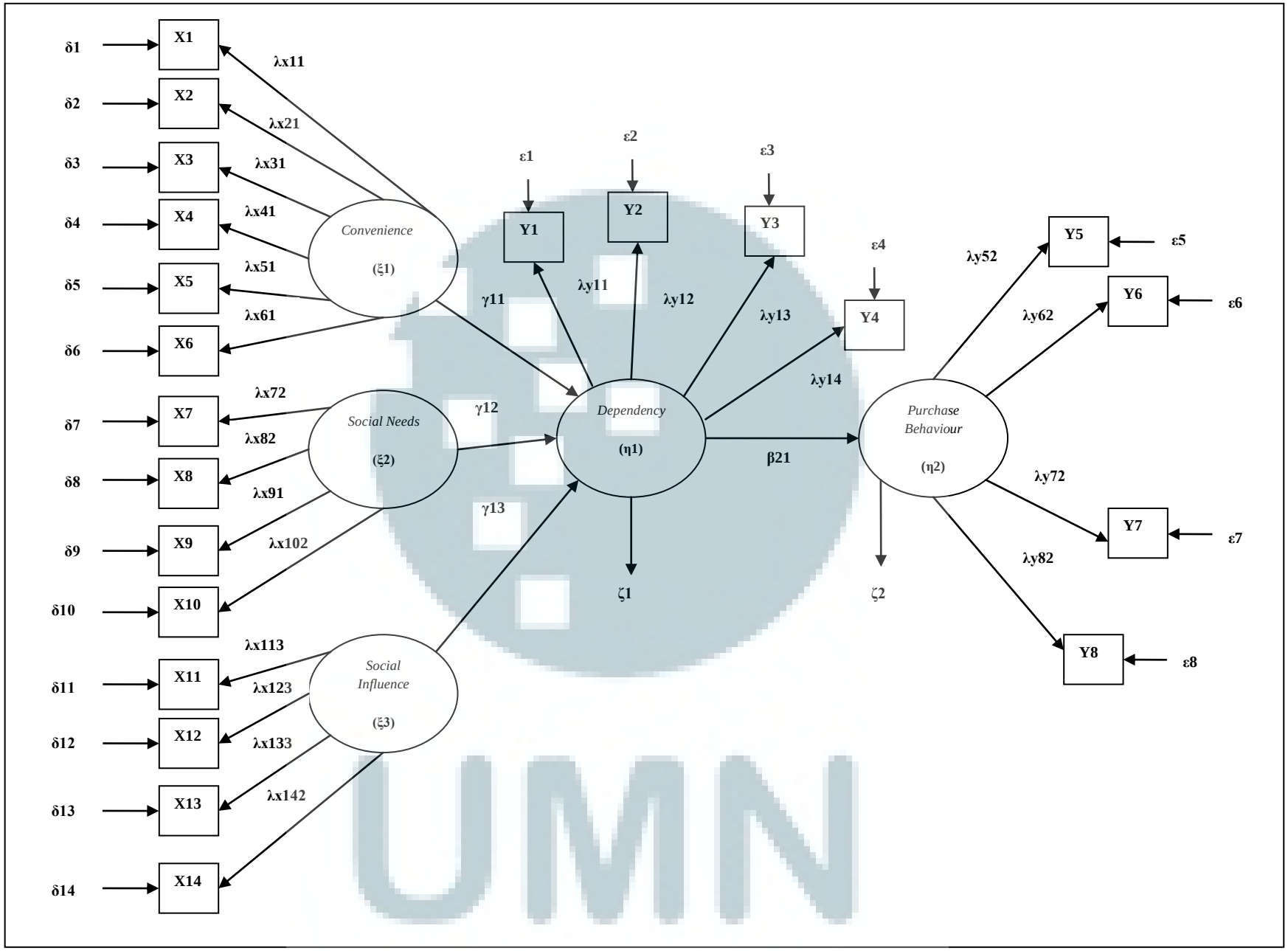


Gambar 3.8 Model Pengukuran *Purchase Behaviour*

3.7 Model Struktural (*Structural Model*)

Adapun model struktural secara keseluruhan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.9.

Pengaruh Kenyamanan..., Mohammad Ashari Prawiraatmaja, FB UMN, 2014



Gambar 3.9 Model Struktural