

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu

Penelitian berlangsung dalam kurun waktu dua bulan, dimulai dari bulan Juni 2023 hingga bulan Agustus 2023. Rentang waktu ini sejalan dengan jadwal yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk menjalankan studi.

3.1.2 Tempat Penelitian

Berdasarkan riset yang dijalankan oleh Populix (2022), diungkapkan jumlah pengguna Netflix terbanyak di Indonesia berada di daerah Jakarta. Jakarta sendiri termasuk ke dalam kategori Jabodetabek. Faktor terkait memicu minat peneliti dalam melakukan penelitian tentang pengguna Netflix yang berdomisili di Jabodetabek. Kuesioner pada penelitian yang dijalankan, dilaksanakan dan disebarluaskan secara *online*.

3.2 Desain Penelitian

Penelitian yang dijalankan mengadopsi pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berakar pada filsafat positivisme, bertujuan untuk menyelidiki populasi dan sampel tertentu dengan mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian. Tujuan utamanya adalah menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam kerangka penelitian kuantitatif, fokus diberikan pada variabel-variabel yang mampu diukur dalam bentuk angka. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik *Structural Equation Modelling* (SEM) melalui perangkat lunak AMOS 21.0 (*Analysis of Moment Structure*). Data yang digunakan dalam penelitian yang dijalankan adalah data primer yang

diperoleh dari kuesioner penelitian. Penelitian yang dijalankan menganalisis hubungan sebab akibat dari beberapa variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Adapun pengujian pada penelitian yang dijalankan, yakni dampak *customer experience* dan *price fairness* terhadap *customer loyalty* yang dijumpai oleh *customer satisfaction* pada pengguna Netflix di wilayah Jabodetabek.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Dalam tahapan awal penelitian, penentuan populasi dijalankan sebelum mengolah data. Penentuan populasi didasari oleh latar belakang yang telah disusun oleh peneliti. Populasi sendiri merujuk pada wilayah yang mempunyai karakteristik yang selaras (Jasmalinda, 2021). Populasi dalam penelitian yang dijalankan, yakni pengguna Netflix, sedangkan populasi terjangkaunya, yakni pengguna Netflix di wilayah Jabodetabek. Populasi bersifat selalu bertambah atau berkurang (*infinite*). Jika populasi tidak diketahui dengan pasti, serta tidak terdapat daftar data yang mampu dijadikan dasar guna menghitung sampel, maka pemilihan sampel mampu menggunakan teknik *non-probability sampling*.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono sebagaimana disebutkan dalam Nanincova (2019), sampel mewakili sebagian dari jumlah keseluruhan populasi. Dalam kerangka penelitian yang dijalankan, sampel yang ada tidak mempunyai batasan. Oleh karenanya, pendekatan yang diterapkan dalam penentuan sampel adalah melalui teknik penentuan acak atau *purposive sampling*. *Purposive sampling* dijelaskan sebagai metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sejalan dengan tujuan

penelitian yang mana diharapkan mampu memberikan wawasan mendalam terhadap kasus yang diteliti (Lenaini, 2021). Adapun kriteria yang ditentukan dalam penelitian yang dijalankan antara lain adalah:

1. Pengguna Netflix berdomisili di wilayah Jabodetabek.
2. Pengguna berusia ≥ 17 tahun.
3. Pengguna telah berlangganan Netflix selama 3 bulan terakhir.

Menurut Piaget dalam Devi (2019), pada usia 17 tahun, individu sudah berada dalam tahap operasi formal, di mana individu telah mampu untuk berfikir secara abstrak. Dalam tahapan operasi formal, individu telah dapat membuat keputusan yang baik, rasional, serta dapat memahami konsekuensi dari keputusannya. Dengan demikian, sebagai akibat dari hal tersebut, peneliti memilih untuk mengambil sampel dari individu-individu yang mempunyai usia setidaknya 17 tahun atau lebih. Menurut Grivin dalam Angela dan Paramita (2021), pelanggan dikatakan loyal, yakni ketika pelanggan melakukan minimal dua kali pengulangan pembelian produk atau layanan yang sama secara berkala dalam periode waktu tertentu. Oleh karena sistem yang diterapkan Netflix ialah pembelian paket yang dijalankan dalam satu kali per bulan, serta Netflix tidak menerapkan program *free-trial* yang membuat pelanggan baru mampu mengakses layanan tanpa harus membayarnya terlebih dahulu, pengguna Netflix mampu dikatakan setia jika telah melakukan minimal pembelian paket berlangganan sebanyak tiga kali selama tiga bulan terakhir.

Dalam penelitian ini, sampel dilakukan pengukuran dengan menggunakan rumus Hair, Black, Babin, dan Anderson dalam Permatasari et al. (2021). Penggunaan rumus terkait dikarenakan oleh populasi yang tidak diketahui. Berdasarkan rumus terkait, jumlah sampel yang dipilih sebagai responden harus sesuai dengan jumlah indikator yang diterapkan. Ukuran sampel ditentukan berdasarkan jumlah *instrument* (indikator) peneliti dikalikan

5–10. Oleh karena jumlah *instrument* (indikator) yang telah disusun peneliti berjumlah 22, kemudian dikalikan dengan lima, maka didapat total responden minimum dalam penelitian ini adalah 110 responden. Namun, dikarenakan peneliti menggunakan alat analisis SEM AMOS, jumlah responden yang digunakan, yakni 200 responden.

3.4 Pengembangan Instrumen

3.4.1 Definisi Operasional

Studi terkait melibatkan empat variabel yang kemudian diuraikan dengan definisi operasional yang diterapkan untuk menguraikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi indikator-indikator yang mampu diukur dengan nyata. Berikut adalah definisi operasional yang diberlakukan pada keempat variabel tersebut:

- a) *Customer Loyalty* mampu diukur dengan menggunakan empat dimensi, yakni *cognitive loyalty*, *affective loyalty*, *conative loyalty*, dan *action loyalty*.
- b) *Customer experience* dapat diukur dengan menggunakan lima dimensi, yakni *sense*, *feel*, *think*, *act*, dan *relate*.
- c) *Price fairness* dapat diukur dengan menggunakan dua dimensi, yakni perbandingan dan *consumer knowledge*.
- d) *Customer satisfaction* dapat diukur dengan menggunakan tiga dimensi, yakni *expenses*, *performance*, dan *overall satisfaction*.

Penyusunan instrumen tersusun atas empat variabel yang hendak diukur, yakni *customer experience*, *price fairness*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*.

3.4.2 Instrumen *Customer Experience*

Tabel 3. 1 Instrumen *Customer Experience*

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Sumber
1.	<i>Customer Experience</i>	<i>Sense</i>	Merangsang alat indra.	1. Kualitas video yang diberikan oleh Netflix menarik secara visual.	(Wibowo et al., 2020)
			Memberikan pengalaman berkesan.	2. Menonton film di Netflix sangat menarik.	
		<i>Feel</i>	Kemampuan mempengaruhi emosi pelanggan.	3. Film-film yang disediakan Netflix mempengaruhi suasana hati saya.	
				<i>Think</i>	
		5. Setelah menonton film-film di Netflix, saya tertarik untuk mencari tahu informasi lebih lanjut terkait film tersebut.			
		<i>Act</i>	Bagian dari hidup pelanggan.	6. Berlangganan Netflix merupakan bagian dari	

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Sumber
				gaya hidup saya.	
		<i>Relate</i>	Perasaan terhubung dengan pelanggan lain.	7. Saya merasa terhubung dengan pengguna Netflix yang lain ketika membicarakan topik tentang Netflix.	

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

3.4.3 Instrumen *Price Fairness*

Tabel 3. 2 Instrumen *Price Fairness*

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Sumber
1.	<i>Price Fairness</i>	Pembandingan	<i>Price affordable to all</i>	1. Harga yang ditawarkan Netflix termasuk harga yang terjangkau untuk semua kalangan.	(Setiawan et al., 2020)
			Harga yang ditawarkan sudah adil	2. Harga Netflix sudah sebanding dengan layanan yang diberikan.	

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Sumber
			Harga serupa dengan aplikasi sejenis.	3. Harga yang ditawarkan Netflix serupa dengan harga yang ditawarkan aplikasi lain yang sejenis.	
		<i>Consumer Knowledge</i>	Harga memenuhi ekspektasi	4. Harga yang ditawarkan Netflix sudah memenuhi ekspektasi saya.	
			Harga sesuai dengan layanan.	5. Harga yang ditawarkan Netflix sesuai dengan layanan yang diberikan.	

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

3.4.4 Instrumen *Customer Satisfaction*

Tabel 3. 3 Instrumen *Customer Satisfaction*

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Sumber
1.	<i>Customer Satisfaction</i>	<i>Expenses</i>	Biaya yang dikenakan wajar.	1. Biaya yang dikenakan Netflix termasuk biaya yang wajar	(Chien & Chi, 2019), (Nguyen et al., 2020)

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Sumber
		<i>Performance</i>	Pelayanan meningkatkan potensi pembelian ulang.	2. Pelayanan yang diberikan Netflix membuat saya ingin terus menggunakan Netflix	
		<i>Overall Satisfaction</i>	Pelayanan memenuhi ekspektasi.	3. Pelayanan yang disediakan oleh Netflix memenuhi setiap ekspektasi saya.	
			Secara keseluruhan, pelanggan puas dengan layanan yang diberikan.	4. Secara keseluruhan, saya puas dengan layanan yang ditawarkan oleh Netflix.	
			Secara keseluruhan, pelanggan puas.	5. Secara keseluruhan, saya puas dengan Netflix	

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

3.4.5 Instrumen *Customer Loyalty*

Tabel 3. 4 Instrumen *Customer Loyalty*

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Sumber
1.	<i>Customer Loyalty</i>	<i>Cognitive loyalty</i>	Layanan <i>platform</i> lebih baik dibanding <i>platform</i> lainnya	Layanan yang diberikan Netflix lebih baik dibanding	(Zeba et al., 2022)

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Sumber
				<i>platform</i> lain yang sejenis.	
		<i>Affective loyalty</i>	Kesan positif	2. Saya suka dengan berbagai layanan yang ditawarkan Netflix.	
		<i>Conative loyalty</i>	Keberlanjutan langganan	3. Saya berniat untuk terus berlangganan Netflix.	
			Merekomendasikan <i>platform</i> kepada orang lain	4. Saya akan merekomendasikan Netflix kepada orang lain.	
		<i>Action loyalty</i>	Kecenderungan menggunakan <i>platform</i> terkait dibandingkan <i>platform</i> lain yang sejenis.	5. Dibandingkan dengan aplikasi lain, saya lebih sering menggunakan layanan yang ditawarkan Netflix.	

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

3.5 Skala Pengukuran

Dalam alat penelitian berupa kuesioner, peneliti memilih untuk menggunakan skala *Likert*. Dalam kerangka penelitian yang dijalankan, skala *Likert* yang digunakan mempunyai enam poin. Menurut Chomaya dalam Suharto dan Hariadi (2021), penggunaan skala enam poin ini telah sesuai digunakan dalam penelitian kerana mampu mengurangi potensi bias atau risiko distorsi dalam proses pengambilan keputusan. Lebih lanjut, disebutkan juga,

skala *likert* enam poin memiliki keandalan yang tinggi. Skala *likert* dengan skala genap atau skala peringkat enam poin tersusun atas “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”.

Tabel 3. 5 Skala *Likert*

Kriteria Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Agak Tidak Setuju (ATS)	3
Agak Setuju (AS)	4
Setuju (S)	5
Sangat Setuju (SS)	6

Sumber: Chomaya (2010)

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Sugiyono yang diacu oleh Supriantikasari dan Utami (2019) menyatakan bahwa analisis deskriptif adalah teknik statistik deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara yang bersifat deskriptif, yakni untuk memberikan gambaran tentang data yang telah terkumpul tanpa melakukan kesimpulan yang luas atau generalisasi. Tujuan utama dari analisis deskriptif adalah untuk mengumpulkan informasi tentang frekuensi, rata-rata, dan total pada setiap instrumen yang diperoleh berdasarkan temuan survei pada sampel penelitian

3.6.2 Uji Validitas

Proses uji validitas digunakan dengan maksud untuk menjalankan pengukuran sejauh mana item-item dalam daftar pertanyaan mampu akurat mencerminkan konsep yang ingin diukur oleh suatu variabel. Validitas berasal dari kata "*validity*" yang berarti keabsahan atau kebenaran. Menurut interpretasi Sugiyono yang dikutip oleh Sugiono et al. (2020), validitas merujuk instrumen pengukuran

tersebut benar-benar mampu menjalankan pengukuran konsep yang ingin diukur. Dengan demikian, indikator-indikator terkait mampu dengan akurat mencerminkan atribut-atribut dari variabel-variabel yang dianalisis dalam penelitian

Dalam mengevaluasi kuesioner, penting dilakukannya pengukuran validitas. Hal ini dilakukan karena tujuan utama uji validitas ialah menentukan apakah kuesioner yang digunakan untuk penelitian yang dijalankan mempunyai validasi atau tidak. Uji validitas akan dijalankan terhadap indikator-indikator yang terdapat dalam kuesioner daring yang diisi oleh para responden. Proses pengujian validitas akan melibatkan teknik SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan pendekatan EFA (*Exploratory Factor Analysis*). Tujuannya adalah untuk menjalankan pengukuran validitas konstruk melalui *factor loading*. Nilai *loading* yang tinggi pada suatu faktor akan menunjukkan bahwa indikator terkait konvergen pada suatu titik. Dalam konteks ini, terkait dengan persyaratan *factor loading*, jika peneliti menggunakan sampel sebanyak 200, maka nilai *factor loading* seharusnya setidaknya mencapai 0,5.

3.6.3 Uji Reliabilitas

Keandalan didefinisikan sebagai alat yang digunakan untuk menjalankan pengukuran tingkat konsistensi dari suatu kuesioner yang mencerminkan prestasi variabel. Tujuan dari penggunaan alat keandalan ini adalah untuk menilai sejauh mana instrumen pengukuran tetap stabil dalam menggambarkan suatu konsep, sehingga hasil pengukuran mampu diandalkan dan dipercayai (Imron, 2019). Sebuah kuesioner dinyatakan mempunyai keandalan atau kualitas yang baik jika tanggapan yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan-

pertanyaan tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Ketika mengevaluasi tingkat keandalan variabel, penghitungan *cronbach alpha* diperlukan. Sebuah variabel dinyatakan mempunyai tingkat keandalan yang baik jika nilai *cronbach alpha* yang dimilikinya melebihi 0,6 (Hair et al., 2010)

3.6.4 Uji Kelayakan Model

Uji validitas model menggunakan SEM (*Structural Equation Model*) dengan menggunakan software AMOS 21.0 (*Analysis of Moment Structure*) bertujuan untuk menganalisis keterkaitan sebab-akibat antara variabel dan untuk menilai kesesuaian model penelitian. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengidentifikasi apakah model penelitian dinyatakan sesuai dengan data yang ada. Uji validitas model dilakukan dengan mencari nilai probabilitas ("P") pada model yang mengindikasikan tingkat kesesuaian model dengan data yang diobservasi. Nilai probabilitas yang lebih besar dari 0,05 dinyatakan sebagai batas yang mampu diterima (Hair et al., 2019). Model penelitian biasanya direpresentasikan dalam bentuk diagram jalur (*path diagram*), di mana peneliti melakukan modifikasi dengan menghilangkan beberapa indikator untuk memastikan bahwa model dinyatakan sesuai dengan data yang diamati, dengan tujuan agar nilai probabilitas model *fit* lebih besar dari 0,05.

Uji SEM (*Structural Equation Model*) akan dijalankan pengujian kelayakan dan uji statistik di mana tersedia evaluasi dari kriteria *goodness of fit*. Adapun kriterianya adalah sebagai berikut:

- a) *Chi-square statistic*, guna menguji perbedaan matriks kovarian sampel;

- b) *Probability level*, guna menguji tingkat signifikansi model;
- c) RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*), guna memperbaiki kecondongan nilai *chi-square* dalam menolak model dengan sampel yang besar. Nilai mampu diterima jika sekitar 0,05 sampai 0,08;
- d) GFI (*Goodness of Fit Index*), yakni ukuran *nonstatistic* yang nilainya berinterval dari 0 (*poor fit*) sampai 1,0 (*perfect fit*). Nilai *Goodness of Fit Index* di atas 90% sebagai ukuran “*good fit*”;
- e) AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), yakni pengembangan dari *Goodness of Fit Index* yang diselaraskan dengan *degree of freedom* untuk proporsi model dengan *degree of freedom* untuk *null model*. Adapun tingkat derajat penerimaannya, yakni $\geq 0,90$;
- f) CMIN/DF (*The Minimum Sample Discrepancy Function Divided with Degree of Freedom*), guna menjalankan pengukuran nilai “*fit*” yang didapatkan berdasarkan temuan nilai *chi-square* dibagi *degree of freedom*. Adapun mempunyai hubungan dengan terkait, nilai dikatakan “*fit*” jika mempunyai nilai rasio < 2 ;
- g) TLI (*Tucker Lewis Index*), yakni gabungan ukuran *parsimony* ke dalam *comparison index* antara *null model* dan *proposed model*. Adapun nilai *Tucker Lewis Index* yang disarankan adalah $\geq 0,95$;
- h) CFI (*Comperative Fit Index*), yakni bentuk NFI yang diperbaiki dan tak terlalu sensitif dengan ukuran model. Nilai *Comparative Fit Index* yang disarankan adalah $\geq 0,95$;

3.6.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan metode SEM (*Structural Equation Model*) dengan bantuan perangkat lunak AMOS 21.0 (*Analysis of Moment Structure*) bertujuan untuk mengukur dampak parsial dari

variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memahami sejauh mana setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil hipotesis mampu diterima atau ditolak berdasarkan nilai probabilitas ("P"). Jika nilai $P < 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Sebaliknya, jika nilai $P > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Selain itu, uji signifikansi dilakukan dengan menggunakan nilai C.R. (Critical Ratio) dengan nilai ambang minimal sebesar 1,96 (Hair et al., 2019). Jika nilai C.R. $> 1,96$, mampu disimpulkan bahwa hipotesis mempunyai pengaruh signifikan. Namun, jika nilai C.R. $< 1,96$, maka hal ini mengarah pada nilai $P > 0,05$, dan akibatnya hipotesis ditolak. Kemudian, dalam uji hipotesis dijalankan pengujian dampak tidak langsung (*intervening*). Menurut Haryono (2017), jika nilai *standardized indirect effect* pada variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel *intervening* lebih besar dari pada nilai *standardized direct effect* variabel independen akan variabel dependen, maka terjadi dampak tidak langsung.