

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di area Jabodetabek, dengan fokus pada penelitian terhadap konsumen yang berkeinginan menggunakan layanan aplikasi *streaming* Disney+ Hotstar. Waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Juni 2023 hingga Desember 2023. Adapun garis waktu penelitian adalah sebagai berikut.

Tabel 12 Waktu Penelitian

Keterangan	Mei 2023	Juni 2023	Juli 2023	Agustus 2023	September 2023	Oktober 2023	November 2023	Desember 2023	Januari 2023
Seminar proposal	■								
Penyebaran kuesioner		■							
Analisis dan pengolahan data		■	■	■					
Penyusunan bab 4 dan 5					■	■	■	■	
Sidang skripsi									■

Sumber: Data diolah peneliti. 2023

3.2 Desain Penelitian

Metode deskriptif digunakan dengan pendekatan kuantitatif. Definisi penelitian deskriptif, seperti yang dijelaskan oleh Lili dan Sudarso (2017, p. 74) adalah untuk menjelaskan karakteristik berbagai variabel penelitian dalam konteks situasi tertentu. Pendekatan kuantitatif dalam penelitian, sebagaimana diartikan oleh Mappasere dan Suyuti (2019, p. 54) Merujuk pada landasan filsafat positivisme dalam kerangka penelitian, pendekatan ini diterapkan untuk meneliti kelompok atau sampel khusus, dengan menghimpun data melalui instrumen penelitian, melakukan analisis data secara kuantitatif/statistik, dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2019, p. 135) menjelaskan bahwa “populasi” merujuk pada klasifikasi yang luas yang melibatkan subyek atau objek yang telah ditetapkan jumlah dan karakteristiknya oleh peneliti untuk diinvestigasi, dan pada akhirnya, untuk menarik kesimpulan. Pandangan Silaen (2013, p. 87) menyatakan bahwa populasi melibatkan semua orang yang memiliki ciri khas tertentu yang akan diselidiki. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang akan dijadikan fokus adalah masyarakat yang tinggal di wilayah Jabodetabek.

3.3.2 Sampel

Silaen (2013, p. 87) menginterpretasikan sampel adalah pengambilan sebagian kecil dari populasi menggunakan alat ukur tertentu untuk mengukur atau mengamati karakteristiknya, dengan tujuan menggeneralisasi karakteristik tersebut sebagai representasi populasi. Sudaryana (2017, p. 42) mengonfirmasi bahwa sampel mencerminkan populasi secara keseluruhan dan memiliki karakteristik yang serupa dengan populasi tersebut. Jumlah minimum sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 200. Secara umum, literatur menunjukkan bahwa dalam penggunaan *SEM*, jumlah partisipan yang direkomendasikan berkisar antara 200 hingga 400 partisipan ketika model tersebut melibatkan 10 hingga 15 indikator. Untuk analisis *SEM*, setidaknya diperlukan sekitar 100 kasus agar hasilnya dapat dianggap kredibel, tetapi disarankan jumlah partisipan mencapai 200 untuk meningkatkan keakuratan dan validitasnya (Loehlin, 1988). Kriteria sampel dalam penelitian ini mencakup individu dari kalangan umum yang tertarik untuk menggunakan aplikasi streaming Disney+ Hotstar. *Purposive sampling* merupakan metode pemilihan sampel yang dipakai pada

studi ini. Menurut Guarte dan Barrios (2006, p. 277) menggambarkan *purposive sampling* sebagai pemilihan unit sampling secara sengaja dalam segmen populasi dengan informasi paling lengkap tentang karakteristik yang diminati.

3.4 Pengembangan Instrumen

3.4.1 *Brand Image*

Brand Image adalah gagasan yang terbentuk di dalam pikiran konsumen mengenai sebuah merek. Indikator *brand image* akan mengadaptasi empat item dari DAM (2020, p. 453), satu item dari R. B. Kim dan Chao (2019, p. 15) dan dua item dari Agmeka et al., (2019, p. 856):

Tabel 13 Indikator *Brand Image*

Variabel	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
<i>Brand Image</i>	Merek Disney+ Hotstar ini sudah terpercaya	DAM (2020, p. 453), R. B. Kim dan Chao (2019, p. 15), dan Agmeka et al., (2019, p. 856)
	Merek Disney+ Hotstar ini menarik	
	Merek Disney+ Hotstar ini menyenangkan	
	Merek Disney+ Hotstar ini memiliki reputasi yang cukup baik	
	Merek Disney+ Hotstar memiliki pengaruh yang besar	
	Aplikasi Disney+ Hotstar memiliki citra yang berbeda dibandingkan dengan aplikasi <i>streaming</i> lainnya	
	Aplikasi Disney+ Hotstar meningkatkan minat saya untuk berlangganan aplikasi tersebut	

Sumber: Data diolah oleh peneliti. Desember 2022

3.4.2 *E-WOM*

E-WOM (Electronic Word of Mouth) merupakan wujud dari interaksi atau pandangan yang diungkapkan oleh konsumen mengenai produk atau layanan tertentu melalui platform daring. Indikator *E-WOM* akan mengadaptasi tiga item dari Choi et al., (2019, p. 10) dan tiga item lainnya dari Napawut et al., (2022):

Tabel 14 Indikator E-WOM

Variabel	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
<i>E-WOM</i>	Saya akan memposting aplikasi Disney+ Hotstar ini di sosial media	Choi et al., (2019, p. 10) dan Napawut et al., (2022, p. 7)
	Saya akan mengomentari aplikasi Disney+ Hotstar ini di sosial media	
	Saya akan merekomendasikan aplikasi Disney+ Hotstar ini di sosial media	
	<i>E-WOM</i> (pembicaraan publik) terkait aplikasi Disney+ Hotstar sangat membantu saya	
	Ulasan dan komentar <i>online</i> mengenai aplikasi Disney+ Hotstar memengaruhi pilihan saya	
	Rekomendasi terkait film di aplikasi Disney+ Hotstar akan meningkatkan minat saya untuk mencari tahu lebih banyak	

Sumber: Data diolah oleh peneliti. Desember 2022

3.4.3 *Perceived Ease of Use*

Perceived ease of use adalah sejauh mana konsumen merasa bahwa aksesibilitas suatu produk atau layanan sangat mudah diperoleh. Indikator *perceived ease of use* akan mengadaptasi empat item dari Venkatesh dan Davis (2000, p. 201) dan dua item dari Vahdat et al., (2021, p. 5):

Tabel 15 Indikator *Perceived Ease of Use*

Variabel	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
<i>Perceived Ease of Use</i>	Sistem aplikasi Disney+ Hotstar mudah dipahami	Venkatesh dan Davis (2000, p. 201) dan Vahdat et al., (2021, p. 5)
	Berinteraksi dengan aplikasi Disney+ Hotstar tidak membutuhkan usaha yang berlebih	
	Saya merasa aplikasi Disney+ Hotstar mudah digunakan	
	Saya merasa mudah untuk mengakses aplikasi Disney+ Hotstar	
	Tersedia instruksi dan navigasi yang jelas untuk menonton	

	tayangan di aplikasi Disney+ Hotstar	
	Menggunakan aplikasi Disney+ Hotstar akan mudah bagi saya untuk dipelajari	

Sumber: Data diolah oleh peneliti. Desember 2022

3.4.4 *Perceived Usefulness*

Perceived usefulness adalah seberapa yakinnya seorang pengguna teknologi bahwa penggunaan teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya. Indikator *perceived usefulness* mengadaptasi empat item dari Vahdat et al., (2021, p. 5) dan dua item dari Mahatanankoon (2007, p. 32):

Tabel 16 Indikator *Perceived Usefulness*

Variabel	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
<i>Perceived Usefulness</i>	Menggunakan aplikasi Disney+ Hotstar untuk menonton film membuat aktivitas menonton menjadi lebih mudah	Vahdat et al., (2021, p. 5) dan Mahatanankoon (2007, p. 32)
	Menggunakan aplikasi Disney+ Hotstar untuk menonton film berguna untuk saya	
	Menggunakan aplikasi Disney+ Hotstar membantu saya mengakses film lebih cepat	
	Menggunakan aplikasi Disney+ Hotstar membuat aktivitas menonton film menjadi lebih efisien	
	Aplikasi Disney+ Hotstar membantu saya lebih mudah dalam mencari film	
	Aplikasi Disney+ Hotstar meningkatkan keefektifan saya dalam menonton film	

Sumber: Data diolah oleh peneliti. Desember 2022

3.4.5 *Perceived Value*

Perceived value mengacu pada persepsi nilai yang dipahami atau dirasakan oleh konsumen terhadap produk atau layanan secara menyeluruh yang mereka manfaatkan. Indikator *perceived value* akan mengadaptasi tiga item dari Hsiao dan Chen (2017, p. 13) dan tiga item lainnya dari Tuncer et al., (2021, p. 11):

Tabel 17 Indikator *Perceived Value*

Variabel	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
<i>Perceived Value</i>	Dibandingkan dengan biaya yang harus saya bayar, penggunaan layanan aplikasi Disney+ Hotstar menawarkan nilai uang yang sepadan	Hsiao dan Chen (2017, p. 13) dan Tuncer et al., (2021, p. 11)
	Dibandingkan dengan upaya yang harus saya lakukan, penggunaan layanan aplikasi Disney+ Hotstar memiliki manfaat yang lebih bagi saya.	
	Secara keseluruhan, penggunaan layanan aplikasi Disney+ Hotstar memberikan nilai bagus bagi saya.	
	Harga berlangganan aplikasi Disney+ Hotstar masuk akal berdasarkan kualitas konten film yang ditawarkan.	
	Saya pikir harga yang saya bayar untuk layanan aplikasi Disney+ Hotstar ini sepadan dengan yang saya dapatkan.	
	Konten film yang ditawarkan aplikasi Disney+ Hotstar sepadan dengan harga yang saya bayar	

Sumber: Data diolah oleh peneliti. Desember 2022

3.4.6 *Perceived Price*

Perceived price adalah pandangan konsumen terhadap tingkat harga yang dirasakan pada suatu produk/layanan sebuah merek dibandingkan dengan harga merek pesaing. Indikator *perceived price* akan mengadaptasi tiga item dari Bambauer dan Gierl (2008, p. 266) dan tiga item dari Zhong dan Moon (2020, p. 7):

Tabel 18 Indikator *Perceived Price*

Variabel	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
	Secara umum, potongan harga berlangganan membuat aplikasi Disney+ Hotstar cukup terjangkau	Bambauer dan Gierl (2008, p. 266) dan Zhong dan Moon (2020, p. 7)
	Potongan harga berlangganan aplikasi Disney+ Hotstar menarik	

<i>Perceived Price</i>	Dibandingkan dengan harga berlangganan aplikasi serupa, harga Disney+ Hotstar adalah yang terbaik	
	Harga berlangganan yang ditawarkan Disney+ Hotstar masuk akal	
	Harga berlangganan Disney+ Hotstar terjangkau	
	Berdasarkan layanan yang ditawarkan, harga biaya berlangganan aplikasi Disney+ Hotstar wajar	

Sumber: Data diolah oleh peneliti. Desember 2022

3.4.7 *Perceived Quality*

Perceived quality adalah sebuah pemahaman tentang standar kualitas yang diinterpretasikan oleh konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Indikator *perceived quality* akan mengadaptasi tiga item dari Sullivan dan Kim (2018, p. 214) dan tiga item lainnya dari Evgeniy et al., (2019, p. 109):

Tabel 19 Indikator *Perceived Quality*

Variabel	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
<i>Perceived Quality</i>	Kualitas tayangan (video) di aplikasi Disney+ Hotstar sangat baik (resolusi tinggi)	Sullivan dan Kim (2018, p. 214) dan Evgeniy et al., (2019, p. 109)
	Performa sistem aplikasi Disney+ Hotstar sangat bagus	
	Secara umum, saya puas dengan kualitas aplikasi Disney+ Hotstar	
	Disney+ Hotstar menawarkan tayangan yang cukup beragam.	
	Kualitas keseluruhan aplikasi Disney+ Hotstar tinggi	
	Kualitas aplikasi Disney+ Hotstar konsisten	

Sumber: Data diolah oleh peneliti. Desember 2022

3.4.8 *Intention to Subscribe*

Intention to subscribe merupakan dorongan individu untuk membeli atau berlangganan sebuah produk atau jasa. Indikator *intention to subscribe* akan mengadaptasi lima item dari Listiansyah (2022, p. 31) dan dua item dari Agmeka et al., (2019, p. 856) adalah sebagai berikut:

Tabel 20 Indikator *Intention to Subscribe*

Variabel	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
<i>Intention to Subscribe</i>	Saya ingin berlangganan karena merasa nyaman menggunakan aplikasi Disney+ Hotstar	Listiansyah (2022, p. 31) dan Agmeka et al., (2019, p. 856)
	Saya ingin berlangganan karena Tampilan aplikasi Disney+ Hotstar lebih menarik	
	Saya ingin berlangganan karena aplikasi Disney+ Hotstar memenuhi kebutuhan hiburan Saya	
	Saya ingin berlangganan karena aplikasi Disney+ Hotstar memiliki kualitas yang tinggi	
	Aplikasi <i>streaming</i> memiliki kualitas yang lebih baik dibanding pesaing	
	Kemungkinan saya akan memilih aplikasi Disney+ Hotstar untuk menonton film	
	Saya memiliki niat untuk berlangganan aplikasi Disney+ Hotstar	

Sumber: Data diolah oleh peneliti. Desember 2022

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Studi ini mengadopsi pendekatan data primer sebagai strategi untuk mengumpulkan informasi. Sugiyono (2019) memaparkan data primer merupakan asal informasi yang secara langsung memberikan data kepada peneliti. Pendekatan pengumpulan data primer dalam penelitian ini melibatkan penyebaran kuesioner secara daring. Menurut Arikunto (2010) Angket atau kuesioner adalah sekelompok pertanyaan yang disusun untuk mendapatkan informasi dari responden tentang identitas diri mereka atau topik yang berkaitan dengan subjek penelitian. Penelitian ini memanfaatkan skala Likert yang terdiri dari enam poin (Nemoto & Beglar, 2014) dengan keterangan sebagai berikut:

1: Sangat tidak setuju

2: Tidak setuju

3: Sedikit tidak setuju

4: Sedikit setuju

5: Setuju

6: Sangat setuju

Menggunakan skala Likert enam poin merupakan opsi yang sesuai untuk penelitian yang melibatkan beberapa variabel. Karena hal ini akan menghasilkan tes yang memiliki jumlah item yang terkendali dan tidak memberatkan responden. Selain itu, reliabilitasnya dapat memenuhi standar dalam tes psikologi (Chomeya, 2010).

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Anshori dan Iswati (2017, p. 91) menjelaskan bahwa validitas adalah ukuran yang mengindikasikan seberapa sah suatu instrumen (alat ukur) itu. Instrumen yang valid menunjukkan kemampuannya untuk mengukur dengan tepat apa yang seharusnya diukur. Ketika nilai validitas jawaban dari kuesioner melebihi 0,3 setelah pemberian daftar pertanyaan, maka pertanyaan tersebut dianggap valid (Sugiyono, 2019).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Anshori dan Iswati (2017, p. 83) reliabilitas mencerminkan tingkat keandalan suatu instrumen sebagai sarana untuk mengumpulkan data atau mengukur variabel, menunjukkan bahwa instrumen tersebut sudah cukup baik. Jika nilai *Cronbach Alpha* suatu variabel melebihi 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang memuaskan (Taherdoost, 2016).

3.6.3 Uji Hipotesis

Dalam riset ini, hipotesis diuji melalui penggunaan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui *software* AMOS.

Menurut Joseph F. Hair et al., (2019, p. 606) *SEM* adalah suatu metode analisis multivariat yang mengintegrasikan pendekatan analisis faktor dan regresi berganda. Melalui *SEM*, para peneliti dapat secara serentak menilai hubungan antara variabel yang terukur dengan konstruk laten, serta antara beberapa konstruk laten yang terkait satu sama lain. Pengujian *SEM* dalam konteks penelitian ini melibatkan uji kecocokan model (*goodness of fit test*). *SEM* membuka peluang untuk menguji model manajemen yang kompleks, seperti model yang melibatkan interaksi antara lebih dari satu variabel yang dipengaruhi oleh satu atau beberapa variabel independen, dengan variabel dependen juga berperan sebagai variabel independen dalam relasi lainnya. Ini termasuk variabel intervening dan variabel moderating (Ginting, 2009).

Menurut Barnidge dan De Zuniga (2017, p. 1) AMOS (*Analysis of Moment Structures*) adalah sebuah fitur yang disediakan oleh *IBM SPSS Statistics* yang digunakan untuk menganalisis model kovarians struktural, termasuk *Structural Equation Modeling (SEM)*, analisis jalur, dan analisis faktor konfirmatori (CFA). AMOS dan LISREL dikenal sebagai perangkat lunak yang mudah digunakan, meskipun sintaks Mplus tidak sulit untuk dipelajari. Kedua perangkat lunak ini dapat membaca *file* data dari berbagai sumber dan dapat menghitung model hanya dengan menggambar diagram jalur (Albright & Park, 2009).

- Uji kesesuaian model (*goodness of fit test*)

Menurut Hair et al., (2019, p. 635) *goodness of fit* mengindikasikan sejauh mana model yang ditentukan secara matematis oleh pengguna mereplikasi matriks kovarians yang diamati di antara indikator item (yakni, sejauh mana kesamaan antara matriks kovarians yang diamati dan yang diperkirakan).

Menurut Minto (2016, p. 14) indeks-indeks *goodness of fit test* adalah sebagai berikut:

<i>Goodness of fit index</i>	<i>Cut-off value</i>
Chi-Square	Diharapkan kecil
Probabilitas	$\geq 0,05$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
RMSEA	$\leq 0,80$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

- Uji Hipotesis

Teknik yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam studi ini adalah Model Persamaan Struktural (SEM), karena pendekatan ini memungkinkan analisis interkoneksi antara beragam variabel yang diukur. Untuk menentukan apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak, evaluasi dilakukan terhadap nilai t-hitung (CR) yang harus melebihi nilai t-value (1,96), dan nilai p yang harus kurang dari 0,05. (Hair et al., 2019). Jika nilai CR melebihi 1,96 dan nilai p kurang dari 0,05, maka hipotesis nol yang menegaskan tidak adanya pengaruh akan ditolak, dan hipotesis alternatif akan diterima. (Hair et al., 2019).