

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek penelitian ini adalah Netflix, sedangkan subjek penelitian ini adalah masyarakat di Jakarta yang pernah menggunakan dan berlangganan di layanan *video streaming* Netflix.

Penelitian ini bermaksud untuk menguji faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* pada Netflix. Faktor yang akan diuji di antaranya adalah *perceived value, free mentality, attitude toward paying*. Waktu penelitian akan dilakukan terhitung dari bulan September sampai dengan bulan selesai.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian ilmiah merupakan penyelidikan yang sistematis, terkendali dan empiris terhadap suatu hipotesis yang dibangun dari suatu struktur teori (Bahri, 2018).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang berarti metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2015)

C. Populasi dan Sampling

Menurut Bahri (2018), populasi adalah keseluruhan objek penelitian dan memenuhi karakteristik tertentu. Sedangkan Menurut Sugiyono (2013), populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna layanan Netflix.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2013). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). *Purposive Sampling* merupakan teknik pemilihan sampel dengan didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu dengan tujuan untuk memberikan informasi yang maksimal (Sekaran & Bougie, 2013). Maka dari itu sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Jakarta yang menggunakan dan berlangganan layanan Netflix. Karena Jakarta merupakan salah satu provinsi dengan pengguna internet terbesar dengan tingkat penetrasi mencapai 80,4% dan hal itu didukung oleh jaringan telekomunikasi yang sudah mumpuni di Jakarta (APJII, 2019)

Ada beberapa saran yang dapat digunakan untuk pedoman dalam menentukan jumlah sampel dalam analisis SEM (*Structural Equation Model*) menurut Hair (2011), yaitu:

1. Ukuran sampel 100 – 200 untuk teknik estimasi *maximum likelihood*.

2. Bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya ialah 5 – 10 kali jumlah parameter yang diestimasi.
3. Tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel bentukan. Jumlah sampel adalah indikator variabel bentukan, yang dikali 5 sampai dengan 10. Apabila terdapat 20 indikator, besarnya sampel adalah antara 100 hingga 200 sampel.

Berdasarkan teori tersebut maka peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 200 orang responden.

D. Teknik Pengumpulan Data & Operasionalisasi Variabel Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara (Bahri, 2018) Pengumpulan data dilakukan langsung oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Ada dua cara untuk mengumpulkan data primer. Teknik dengan cara wawancara dan kuesioner disebut metode survei.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Bahri, 2018). Kuesioner dibagikan secara *online* melalui *Google Form*, dengan tipe pertanyaan tertutup yang

pilihan jawabannya sudah tertera sehingga memudahkan responden untuk menjawab lebih cepat dan tepat untuk kebutuhan penelitian ini.

Menurut Bahri (2018) data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dan melalui perantara, berasal dari sumber-sumber yang telah ada atau data sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder diperoleh dari jurnal dan artikel yang berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk dijadikan sebagai referensi dalam penelitian ini.

2. Skala Penelitian

Penelitian ini menggunakan skala *likert* (*likert rating scale*) sebagai alat penelitian untuk mengukur pernyataan yang tertera dalam kuesioner. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala *Likert* genap, dengan menggunakan kategori genap, misalnya 4 pilihan, 6 pilihan, atau 8 pilihan (Sukardi, 2015). Item yang bernilai positif maka angka terbesar diletakan pada “sangat setuju”, sedangkan item yang bernilai negatif maka angka terbesar diletakan pada “sangat tidak setuju” (Bahri, 2018). Berikut merupakan tabel pengukuran skala likert.

Tabel III.1
Pengukuran Skala Likert Genap

Kriteria Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Sedikit Tidak Setuju	3
Sedikit Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sumber: data diolah peneliti (2019)

3. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan sesuatu yang mempunyai nilai dan dapat diukur, baik berwujud (*tangible*) maupun tidak berwujud (*intangible*). Nilai yang diberikan pada suatu variabel didasarkan pada ciri-ciri variabel tersebut. Variabel harus dapat didefinisikan baik secara konseptual maupun operasional (Bahri, 2018).

3.1 Variabel Terikat

Menurut Bahri (2018), variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang keberadaannya dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dinamakan variabel terikat karena kondisi atau variasinya terikat atau dipengaruhi oleh variasi variabel lain, yaitu dipengaruhi variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah *willingness to pay* (Z).

3.2 Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variabel*) merupakan tipe variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain. Keberadaan variabel ini tidak bergantung pada adanya variabel lain atau bebas dari ada atau tidaknya variabel lain. Variabel bebas sering juga dikenal sebagai variabel stimulus, pengaruh dan prediktor (Bahri, 2018). Variabel bebas dalam penelitian ini *Perceived Value* (X1) dan *Free Mentality* (X2).

3.3 Variabel Intervening

Menurut Sugiyono (2017) variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela antara variabel bebas dengan variabel terikat, sehingga variabel bebas tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah *Attitude* (Y).

Tabel III.2
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator asli	Indikator terjemahan	Indikator adaptasi	sumber
<i>Attitude toward paying</i>		<i>Paying for listening to the online music would be a good idea.</i>	Membayar untuk mendengarkan musik secara <i>online</i> merupakan ide yang bagus.	Berlangganan layanan video <i>streaming</i> untuk menonton film atau video secara <i>online</i> merupakan ide yang baik.	(Lin et al, 2013)

		<i>Paying for listening to the online music would be a foolish idea.</i>	Membayar untuk mendengarkan musik secara <i>online</i> merupakan ide yang bodoh.	Berlangganan layanan video <i>streaming</i> untuk menonton film atau video secara <i>online</i> merupakan ide yang bodoh.	
		<i>Paying for listening to the online music is for sure</i>	Membayar untuk mendengarkan musik secara <i>online</i> merupakan sebuah hal yang harus dilakukan.	Berlangganan layanan video <i>streaming</i> untuk menonton film atau video secara <i>online</i> merupakan sebuah hal yang harus dilakukan.	
		<i>Paying for listening to the online music would be a right idea.</i>	Membayar untuk mendengarkan musik secara <i>online</i> merupakan sebuah hal yang benar.	Berlangganan layanan video <i>streaming</i> merupakan sebuah hal yang benar.	
<i>Perceived Value</i>	<i>Expected Outcome</i>	<i>It can provide a pleasant leisure time.</i>	Hal tersebut bisa memberikan kesenangan yang lebih tinggi.	Berlangganan layanan video <i>streaming</i> bisa memberikan kesenangan yang lebih tinggi.	(Hsiao & Chen, 2016)
		<i>I can access music that I like more convenient and faster.</i>	Saya dapat mengakses musik yang saya sukai dengan lebih cepat dan nyaman.	Saya dapat mengakses film yang saya sukai dengan lebih cepat dan nyaman ketika saya berlangganan layanan video <i>streaming</i> .	
		<i>I can find</i>	Saya dapat	Saya dapat	

		<i>any kind of music there.</i>	menemukan berbagai macam musik disana.	menemukan berbagai macam film ketika saya berlangganan layanan video <i>streaming</i> .	
<i>Value Added</i>		<i>I can customize my personal music play lists.</i>	Saya dapat melakukan kustomisasi untuk musik yang ingin saya dengarkan.	Berlangganan layanan video <i>streaming</i> memungkinkan saya dapat melakukan kustomisasi untuk film yang ingin saya tonton.	
		<i>I don't have to keep and organize physical CD.</i>	Saya tidak harus menyimpan dan menata CD fisik.	Saya tidak harus menyimpan dan menata CD atau DVD fisik ketika saya berlangganan layanan video <i>streaming</i> .	
		<i>In general, I feel that the subscription of fee-based online music service is beneficial.</i>	Secara umum, saya merasa bahwa langganan berbayar musik online merupakan sebuah keuntungan.	Secara umum, saya merasa bahwa langganan berbayar layanan video <i>streaming</i> merupakan sebuah keuntungan.	
<i>Free Mentality</i>		<i>All these music should be free.</i>	Semua lagu ini seharusnya gratis.	Semua film yang tersedia pada layanan video <i>streaming</i> seharusnya gratis.	(Lin, et al 2013)
		<i>Providing free music fits into the original</i>	Menyediakan musik gratis seharusnya menjadi fungsi dari	Menyediakan film gratis seharusnya menjadi fungsi dari	

		<i>purpose of the Internet (to provide free information)</i>	layanan streaming music.	layanan video <i>streaming</i> .	
		<i>In general, music website should provide free music.</i>	Secara umum, layanan streaming musik seharusnya tidak membayar.	Secara umum, layanan video <i>streaming</i> seharusnya tidak membayar.	
		<i>Consumers should not have to pay to get content on music services</i>	Seharusnya konsumen tidak perlu membayar untuk mendapatkan konten pada layanan streaming musik	Seharusnya konsumen tidak perlu membayar untuk mendapatkan konten pada layanan video <i>streaming</i> .	(Dou, 2004)
<i>Willingness to pay</i>		<i>I am willing to pay for the fee-based online music in the near future</i>	Saya rela untuk membayar layanan musik <i>online</i> dalam waktu dekat.	Saya rela untuk membayar layanan berlangganan layanan video <i>streaming</i> dalam waktu dekat.	(Lin, et al 2013)
		<i>I will use the fee-based online music in the near future</i>	Saya akan tetap menggunakan layanan musik <i>online</i> membayar dalam waktu dekat.	Saya akan tetap menggunakan layanan layanan video <i>streaming</i> dalam waktu dekat.	
		<i>I intend to use fee-based online music in the near future</i>	Saya berniat untuk menggunakan layanan musik <i>online</i> membayar dalam waktu dekat.	Saya berniat untuk menggunakan layanan layanan video <i>streaming</i> dalam waktu dekat.	
		<i>I will continue to buy this product If its prices</i>	Saya akan terus membeli produk ini jika harganya agak meningkat	Saya akan terus berlangganan layanan video <i>streaming</i> walaupun	(Demirgüneş 2015)

		<i>increase somewhat</i>		harganya naik	
		<i>I would volunteer to pay more for this brand</i>	Saya akan secara sukarela membayar lebih untuk merek ini	Saya akan secara sukarela membayar lebih untuk layanan berlangganan layanan video <i>streaming</i> .	

Sumber: Data diolah penulis (2019)

E. Teknik Analisis Data

Tujuan teknik analisis data adalah untuk menarik kesimpulan dari sejumlah data yang telah terkumpul. Penelitian ini akan menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*).

1. Analisa Deskriptif

Analisis deskriptif adalah transformasi dasar dari data mentah dengan cara yang menggambarkan karakteristik dasar seperti tendensi sentral, distribusi, dan variabilitas (Zikmund, 2010). Sedangkan menurut Sujarweni (2014), statistik deskriptif berusaha untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel. Menurut Bahri (2018), penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau objek yang menjadi perhatian dalam kegiatan penelitian secara sistematis.

Analisis deskriptif ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti yaitu *perceived risk, free mentality, attitude, dan willingness to pay*.

2. Uji Instrumen

2.1 Uji Validitas

Menurut Maholtra (2015) validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antara korelasi antar variabel. Adapun *factor analysis* digunakan sebagai penentu kriteria uji validitas dan melihat korelasi dalam validitas. Menurut Hair Jr *et al.*, (2014) *factor analysis* adalah teknik saling ketergantungan, yang tujuan utamanya adalah untuk menentukan struktur yang mendasari antara variabel-variabel dalam analisis.

Maholtra (2015) juga mendefinisikan bahwa analisis faktor merupakan istilah umum yang menerangkan cara-cara penggolongan khususnya digunakan ketika mereduksi dan meringkas suatu data. Pada riset terutama riset pemasaran, mungkin ada banyak variabel, yang sebagian besar berhubungan antara satu dengan lainnya sehingga harus dikurangi ke tingkat yang dapat diatur. Hubungan antara kumpulan variabel yang saling terkait satu dengan lainnya akan diuji serta diwakili kedalam beberapa faktor yang mendasari. Oleh karena itu *factor analysis* digunakan pada penelitian ini dan faktor analisis yang peneliti gunakan adalah *exploratory factor analysis* (EFA). EFA juga dapat menjabarkan faktor-faktor yang menjelaskan korelasi antar variabel, dengan faktor loading yang mewakili setiap variabelnya. Pada faktor analisis, jika nilai dari faktor analisis suatu

pernyataan dalam kuesioner bernilai kurang dari $< 0,40$ dapat dibuang pernyataan tersebut harus direduksi atau diperbaiki. Tetapi jika nilai faktor analisis tersebut melebihi dari $> 0,40$ dapat dibuang pernyataan tersebut aman dan dapat digunakan.

2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran & Bougie (2013) keandalan reliabilitas menunjukkan sejauh mana data itu bebas kesalahan atau terpercaya dan oleh karena itu memastikan pengukuran yang konsisten sepanjang waktu serta pada berbagai hal atau pokok dalam suatu instrumen. Dari teori di atas bahwa penelitian yang memiliki nilai pengukuran reliabilitas tinggi maka pengukuran pada penelitian dapat disebut sebagai pengukuran terandalkan (*reliable*). Maka kegunaan reliabilitas yaitu seberapa jauh hasil pengukuran terandalkan serta terpercaya bagi penelitian. Banyak rumus yang dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas diantaranya adalah rumus *spearman brown*.

Suatu penelitian dikatakan dapat masuk atau memiliki tingkatan reliabilitas yang memadai jika *cronbach's alpha* bernilai lebih besar atau sama dengan 0,60 (Sunjoyo 2013).

3. Uji Hipotesis

3.1 Structural Equation Modeling (SEM)

Menurut Albert (2014), uji n Dalam penjelasan Santoso (2015) bahwa *Structural Equation Modelling* (SEM) adalah analisis

statistik yang merupakan perpaduan gabungan dari analisis faktor dan regresi. Serta pada Dachlan (2014) *Equation Modelling* (SEM) merupakan salah satu teknik analisis multivariat yang umumnya digunakan untuk menguji teori-teori mengenai beberapa variabel secara simultan.

(Indrawati, 2015) memaparkan model persamaan struktural SEM terdapat dua kelompok, yaitu *covariance based matrix structural equation modeling* dan *variance based matrix structural equation modeling*. *Covariance based matrix structural equation modeling* lebih ditujukan untuk menjelaskan hubungan antara items dalam variabel-variabel dan mengkonfirmasi model. *Covariance based matrix structural equation modeling* juga lebih memfokuskan pada bagaimana suatu structural model cocok (fit) dengan hasil observasi dan memberikan penjelasan. Adapun Analisis statistik yang termasuk dalam *covariance based matrix structural equation modeling* adalah *lisrel*.

Serta dalam (Indrawati, 2015) juga menjelaskan *variance based matrix structural equation modeling* lebih ditujukan untuk melakukan prediksi dari hubungan konstruk atau variabel independen dan dependen dalam suatu model. Adapun pada penelitian ini, peneliti menggunakan software *lisrel*.

Adapun berikut ini adalah persyaratan umum SEM (Sarwono, 2012):

- 1) Variabel, menggunakan variabel metric (kuantitatif/numerik). Terdapat variabel yang diobservasi/manifes/indikator/referensi dan variabel yang tidak terobservasi secara langsung/variabel laten/konstruk/faktor/gejala abstrak.
- 2) Hubungan antara variabel, terdapat variabel yang memengaruhi (variabel eksogenus) dan variabel yang dipengaruhi (variabel endogenus).
- 3) Data Interval, ada baiknya jika SEM menggunakan data interval. Menggunakan jenis data ordinal ataupun nominal hanya membuat kecil koefisien matriks korelasi yang digunakan pada pengolahan SEM.
- 4) Ukuran sampel, dalam SEM jumlah sampel harus besar dikarenakan pada saat pengolahan data bergantung dan berkaitan pada pengujian-pengujian yang cukup sensitif terhadap ukuran sampel serta kekuatan perbedaan- perbedaan matriks kovarians.

3.2 Uji Linieritas

Pada pandangan Sanusi ada beberapa uji model dalam SEM dan terdiri dari tiga bagian, di antaranya:

- 1) *Absolute Fit Indices*
- 2) *Incremental Fit Indices*

3) *Parsimony Fit Indices*

Dijelaskan *absolute fit indices* adalah uji model yang mendasar dalam SEM dengan cara mengukur model fit secara keseluruhan mulai dari model structural sampai model pengukuran secara bersamaan. Khususnya bagi ukuran perbandingan model yang diajukan dengan model lain adalah *incremental fit indices*. Ketika sedang adjustment terhadap pengukuran fit agar bisa perbandingan antar model penelitian disebut *parsimony fit indices*. Dapat dilihat beberapa indeks uji kesesuaian model dalam SEM, diantaranya:

1) Chi-Square (CMIN)

Chi-square adalah suatu alat ukur mendasar guna mengukur *overall fit*. Umumnya chi-square bersifat sangat sensitif terhadap banyaknya sampel pada riset. Jika banyaknya sampel yang digunakan terbilang besar sebanyak lebih dari 200 sampel, maka mengharuskan chi-square untuk didampingi oleh alat uji lainnya Hair Jr *et al* (2011), chi-square dikatakan baik atau memadai jika nilai chi-square rendah. Semakin rendah atau kecil chi-square maka model itu baik, sehingga dapat diterima berdasarkan probabilitas (p) dengan nilai *cut off* yaitu $p > 0,05$.

Jika sampel penelitian terlalu kecil (kurang dari 50) ataupun sampel terlalu besar akan sangat mempengaruhi chi-square.

Maka itu rentang penggunaan di chi- square dapat sesuai jika ukuran sampel diantara 100 sampai 200. Akan tetapi jika ukuran diluar besaran itu, uji signifikansi menjadi kurang andal, sehingga pengujian diperlukan pelengkap dengan alat uji lainnya.

2) CMIN/DF

Pada CMIN/DF didapat dari statistic chi-square (CMIN) yang dibagi dengan *Degree of Freedom* (DF) dan merupakan salah satu indikator guna mengukur tingkat fit suatu model. Dalam CMIN/DF diharapkan nilai sebesar $<3,00$ sehingga menyatakan adanya penerimaan dari model.

3) *Comparative Fit Index* (CFI)

Pada indeks ini tidak terpengaruhi oleh ukuran sampel sehingga sangat baik guna mengukur tingkat penerimaan suatu model Hair Jr *et al.*, Ukuran indeks CFI bernilai pada rentang 0-1, bahwa jika semakin mendekati 1 maka menunjukkan tingkat penerimaan model yang paling tinggi. Pada CFI diharapkan nilai berkisar $>0,95$. Dianjurkannya penggunaan TLI dan CFI dikarenakan kedua indeks ini relatif tidak sensitif terhadap banyaknya sampel serta tidak terlalu dipengaruhi oleh kerumitan model.

4) *The Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

Menggunakan indeks RMSEA adalah guna kompetensi statistik chi-square dalam ukuran sampel besar. RMSEA menerangkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan jika model diestimasi pada populasi Hair Jr *et al.*, Kriteria diterimanya model RMSEA jika nilai yang didapati lebih kecil ataupun sama dengan 0,05.

5) *Goodness of fit index (GFI)* ini adalah ukuran non-statistikal yang mempunyai rentang nilai 0 (*poor fit*) sampai 1,0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan *fit* yang lebih baik. GFI yang diharapkan adalah nilai diatas 0,95.

6) Tucker Lewis Index merupakan nilai yang diharapkan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model sebesar $< 0,95$ dan nilai yang mendekati 1,0 menunjukkan *very good fit*.

Tabel III.2
Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-off Value</i>
Probabilitas	$\geq 0,05$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
RMSEA	$\leq 0,08$
<i>Goodness of Fit Index (GFI)</i>	$\geq 0,90$
<i>Tucker Lewis Index (TLI)</i>	$\geq 0,95$
<i>Comparative Fit Index (CFI)</i>	$\geq 0,95$

Sumber: Sanusi (2012)