

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

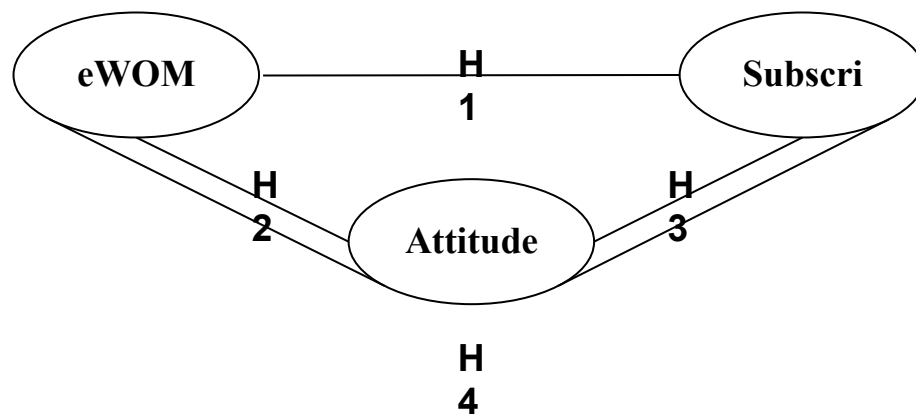
Untuk mengevaluasi hubungan kausal antara variabel yang diteliti, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran yang objektif dan analisis statistik yang mendalam terhadap data yang dikumpulkan. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dirancang khusus untuk mengukur dampak eWOM (electronic word of mouth) terhadap attitude towards original content dan *subscribe intention* di kalangan generasi Z. Pendekatan ini sesuai dengan pandangan Alalwan et al. (2017) yang menyatakan bahwa metode kuantitatif efektif dalam mengukur pengaruh eWOM melalui media sosial terhadap perilaku konsumen.

3.2 Kerangka Konsep Penelitian

Teori-teori yang relevan tentang *eWOM influence* menjadi dasar kerangka konsep penelitian ini, yang mencakup *attitude towards original content* dan *subscribe intention*. Kerangka ini menggambarkan hubungan antara variabel independen *eWOM influence*, variabel mediasi *attitude towards original content*, dan variabel dependen *subscribe intention*. Menurut Hennig-Thurau et al. (2004), eWOM memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, yang mendasari pentingnya mempelajari variabel-variabel ini.

3.2.1 Model Konseptual

Model konseptual penelitian ini dirancang untuk menguji pengaruh eWOM terhadap *attitude towards original content* dan bagaimana sikap tersebut memengaruhi *subscribe intention*. Model ini juga akan menguji peran mediasi *attitude towards original content* dalam hubungan antara eWOM dan *subscribe intention*. Pengujian dilakukan untuk menguji empat hipotesis utama yang relevan dengan variabel-variabel yang terlibat. Dalam model konseptual ini, variabel yang diuji adalah variabel independen, mediasi, dan dependen.



Gambar 3.1 Model Konseptual Peneliti

3.2.2 Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini akan dilakukan menggunakan metode PLS-SEM. Metode ini dipilih karena kemampuannya untuk menangani model yang kompleks dengan banyak variabel independe, dependen dan mediasi, serta kemampuannya untuk menguji hubungan kausal secara simultan. Berikut adalah empat hipotesis utama yang akan diuji dalam penelitian ini:

- a. H1: *eWOM influence* (X) mempunyai pengaruh langsung terhadap *subscribe intention* (Y).
- b. H2: *eWOM influence* (X) mempunyai pengaruh positif terhadap *attitude towards original content* (Z).
- c. H3: *attitude towards original content* (X) mempunyai pengaruh positif terhadap *subscribe intention* (Z).
- d. H4: *attitude towards original content* (Z) memediasi pengaruh *eWOM influence* terhadap *subscribe intention* (Y).

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Sebagaimana dijelaskan oleh Sukandarrumidi dan Haryanto (2014), populasi adalah kumpulan sumber data yang memiliki ciri-ciri yang mirip dan memiliki jumlah anggota yang bervariasi dari satu hingga banyak. Jika jumlah anggota populasi cukup besar, biasanya populasi tersebut dibagi menjadi dua atau lebih subpopulasi dengan memasukkan parameter tambahan. Dalam penelitian ini, ditetapkan populasi generasi Z di Indonesia, berusia 16-26 tahun, yang memiliki pengetahuan tentang layanan *Netflix* dan telah berlangganan atau pernah berlangganan *Netflix*. Ukuran populasi ini dianggap besar, karena mencakup semua individu dalam rentang usia tersebut di Indonesia yang memenuhi kriteria tersebut.

3.3.2 Sampel

Sebagian karakteristik populasi disebut sebagai sampel. Sebagian kecil populasi yang diambil melalui prosedur juga disebut sebagai sampel, yang telah ditentukan sebelumnya untuk mewakili populasi tersebut (Nurdin & Hartati, 2019). Metode pemilihan sampel non-probability digunakan dalam penelitian ini. Elemen populasi dipilih berdasarkan ketersediaan mereka atau pendapat subjektif peneliti bahwa mereka mewakili populasi dengan baik. Mereka dalam hal ini responden yang termasuk dalam Generasi Z di Indonesia merupakan mereka yang lahir antara tahun 1997 dan 2012 (Badan Pusat Statistik (BPS), 2021). Penelitian ini menggunakan 100 sampel karena teknik analisis Partial Least Square (PLS) membutuhkan 30 hingga 100 kasus (Yamin & Kurniawan, 2011).

3.3.3 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Gen Z yang berusia antara 16 dan 26 tahun. Pengumpulan data demografis responden mencakup tiga parameter utama: usia, jenis kelamin, dan status berlangganan *Netflix*. Karakteristik ini dipilih karena relevan dengan tujuan penelitian untuk memahami pengaruh eWOM terhadap *attitude towards original content* dan *subscribe intention* di kalangan Gen Z pengguna *Netflix*.

Parameter Demografis:

- a. Usia: Responden berusia antara 16 hingga 26 tahun, sesuai dengan definisi Gen Z. Kelompok usia ini dipilih karena mereka

merupakan pengguna utama layanan OTT dan memiliki perilaku konsumsi media yang unik.

- b. Jenis Kelamin: Melibatkan responden dari berbagai jenis kelamin untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas dan memastikan representasi yang seimbang antara laki-laki dan perempuan.
- c. Status Berlangganan *Netflix*: Responden yang pernah atau memiliki langganan aktif *Netflix*. Parameter ini penting untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman langsung dengan layanan *Netflix*, yang relevan untuk mengukur *attitude towards original content* dan *subscribe intention*.

3.4 Pengumpulan Data

Data dikumpulkan selama periode yang telah ditentukan, yaitu dari 5 Januari hingga 20 Februari 2024. Peneliti menggunakan metode penyebaran kuesioner untuk menghubungi generasi Z dari pengguna *Netflix* berusia 16 hingga 26 tahun. Kuesioner tersebut terbagi menjadi dua bagian. Bagian pertama mengumpulkan informasi demografis dan pertanyaan tambahan untuk mengeksplorasi karakteristik dasar perilaku responden. Bagian kedua berisi pertanyaan yang mengkaji pengaruh electronic word of mouth (*eWOM influence*), sikap terhadap konten original *Netflix* (*attitude towards original content*), dan niat berlangganan layanan *Netflix* (*subscribe intention*).

3.4.1 Jenis Data

Dengan data kuantitatif, studi ini memberikan dasar empiris untuk analisis tambahan. Data kuantitatif dikumpulkan melalui pelaksanaan

survei yang dirancang khusus. Survei ini difokuskan pada variabel-variabel utama, yaitu pengaruh electronic word of mouth (*eWOM influence*), sikap terhadap konten original (*attitude towards original content*), dan niat berlangganan (*subscribe intention*).

Pendekatan kuantitatif menjadi relevan karena memberikan kemampuan untuk mengukur dan menganalisis sejauh mana variabel-variabel tersebut saling berhubungan secara statistik. Penggunaan survei sebagai instrumen pengumpulan data memberikan keleluasaan bagi responden untuk menyampaikan pandangan dan preferensi mereka secara terstruktur. Dengan demikian, jenis data kuantitatif memberikan kerangka yang kuat untuk menganalisis dampak *eWOM influence* terhadap *attitude towards original content* dan *subscribe intention* di kalangan Gen Z.

3.4.2 Model Pengumpulan Data

Metode untuk mengumpulkan data menggunakan stratified sampling, Studi ini mengumpulkan informasi dari individu generasi Z yang memiliki pengetahuan tentang layanan *Netflix* dan telah berlangganan atau pernah berlangganan *Netflix*. Pemilihan sampel sejalan dengan studi sebelumnya tentang platform *Netflix* di Indonesia, dan mungkin mencerminkan representasi yang benar dari populasi Gen Z di Indonesia. Hasil penilaian model pengukuran disajikan dalam tabel yang menggambarkan temuan penelitian ini. validitas diskriminan, dan penilaian model struktural.

3.4.3 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap berbagai konstruk yang diteliti. Skala dengan nilai 1 hingga 5 menunjukkan "sangat tidak setuju", sedangkan nilai 5 menunjukkan "sangat setuju". Penggunaan skala Likert memungkinkan pengukuran yang lebih terperinci dan memberikan fleksibilitas untuk responden untuk menunjukkan pendapat mereka tentang pernyataan seberapa setuju dan tidak setujunya.

Peneliti dapat menggunakan skala Likert untuk mengumpulkan data sikap dalam memperoleh informasi kuantitatif dari responden. Skala ini telah banyak digunakan dalam penelitian sosial dan pemasaran untuk mengukur sikap, pendapat, dan perilaku individu (Joshi et al., 2015). Hair (2014) mendukung penelitian ini dengan mengatakan bahwa skala Likert adalah salah satu metode yang paling umum dan efektif untuk mengukur sikap dan persepsi dalam penelitian kuantitatif. Hair (2014) menekankan pentingnya keandalan dan validitas dalam penggunaan skala Likert, yang dapat diuji melalui berbagai metode statistik seperti reliabilitas komposit (CR), Cronbach's Alpha, Dillon-Goldstein's rho (ρ_A), dan Average Variance Extracted (AVE).

Dengan demikian, penggunaan skala Likert dalam penelitian ini tidak hanya memfasilitasi pengumpulan data yang kaya dan terstruktur, tetapi juga memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan dapat diandalkan dan akurat. untuk analisis lebih lanjut.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Konsep operasional variabel didasarkan pada karakteristik hal yang didefinisikan yang dapat diamati, dalam hal ini adalah variabel penelitian (Syahza, 2021). Studi ini melibatkan variabel-variabel berikut:

3.5.1 Variabel

a. Variabel Independen

eWOM influence (X): *eWOM influence* dianggap sebagai variabel independen, yang berarti bahwa itu merupakan faktor atau prediktor yang mempengaruhi variabel lain dalam model penelitian. *eWOM* mencakup intensitas, opinion valence, dan konten yang dihasilkan pengguna di platform jejaring sosial (Hennig-Thurau et al., 2004).

b. Variabel Mediasi

attitude towards original content (Z): *attitude towards original content* berfungsi sebagai variabel mediasi yang dipengaruhi oleh *eWOM influence* dan pada gilirannya mempengaruhi *subscribe intention*. Sikap ini mencakup evaluasi positif/negatif, kepercayaan, dan kepuasan pra-pembelian terhadap konten original (Casaló et al., 2010).

c. Variabel Dependen

subscribe intention (Y): *subscribe intention* adalah variabel dependen yang merupakan hasil atau respons dari pengaruh *eWOM*

influence dan *attitude towards original content*. Niat berlangganan ini mencakup keinginan berlangganan, pengaruh konten, dan rekomendasi serta ulasan dari pengguna lain (Viglia et al., 2016).

3.5.2 Definisi Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel dilakukan untuk mendefinisikan variabel tersebut ke dalam hal kontekstual (operasional) serta menguraikannya lebih lanjut menjadi dimensi-dimensi dan kemudian diturunkan menjadi indikator atau item yang nantinya akan dikembangkan menjadi pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam kuesioner (Misno et al., 2021). Berikut adalah operasional variabel studi:

Tabel 3.1 Indikator Operasional Variabel

| Variabel | Item | Indikator |
|--|------|--|
| <i>eWOM influence</i> (Sabrina et al., 2022) (Gupta, 2023) | X1 | Pengaruh <i>Netflix</i> yang memiliki peringkat ba menurut pengguna jejaring sosial. |
| | X2 | Informasi tentang jenis-jenis konten original <i>Netflix</i> di jejaring sosial |
| | X3 | Menemukan ulasan positif tentang konten original <i>Netflix</i> di media sosial. |
| | X4 | Pengaruh ulasan dan komentar di media sosial terhadap minat Anda menonton konten original <i>Netflix</i> |
| | X5 | Pengaruh rekomendasi dari teman atau keluarga meningkatkan ketertarikan Anda terhadap konten original <i>Netflix</i> |

| | | |
|--|----|--|
| <i>Attitude Toward Content</i> (Gupta, 2023) | Z1 | Saya menonton konten hanya jika pendapat online dari pengguna lain patut diperhatikan. |
| | Z2 | Saya rasa mengikuti ulasan/penilaian pengguna lain terhadap <i>Netflix</i> akan menguntungkan bagi saya. |
| | Z3 | Secara keseluruhan saya puas dengan ulasan/penilaian dan opini online dari pengguna lain dan menganggapnya bermanfaat. |
| | Z4 | Saya memiliki pendapat yang adil tentang konten original <i>Netflix</i> setelah membaca ulasan dan rekomendasi dari pengguna lain. |
| <i>subscribe intention</i> (Kusumawati & Satmoko, 2023), (Gupta, 2023) | Y1 | Saya ingin berlangganan <i>Netflix</i> karena kontennya originalnya menghasilkan pengalaman film yang luar biasa dan memungkinkan orang menonton film sesuai keinginan mereka. |
| | Y2 | Setelah membaca ulasan tentang konten <i>Netflix</i> saya ingin berlangganan <i>Netflix</i> |
| | Y3 | Saya juga ingin terus berlangganan platform <i>Netflix</i> berdasarkan ulasan dan rekomendasi pengguna di masa mendatang. |

3.6 Rancangan Pengujian

Rancangan pengujian dalam penelitian ini menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk menganalisis data dan menyelesaikan regresi berganda yang membandingkan berbagai variabel independen, mediasi, dan dependen. PLS-SEM adalah salah satu metode statistika multivariat yang digunakan untuk mengatasi masalah tertentu dengan data, seperti sampel penelitian yang kecil, nilai yang hilang, atau variasi yang tidak ada dalam data tersebut. PLS-SEM juga dianggap memiliki kekuatan analisis yang tinggi dan dapat diterapkan pada berbagai

skala data dengan asumsi yang fleksibel, termasuk nominal, ordinal, interval, dan rasio (Yamin & Kurniawan, 2011).

Data yang dikumpulkan dari kuesioner kemudian diinput ke dalam aplikasi SmartPLS untuk analisis lebih lanjut. Proses penginputan data dan analisis di SmartPLS melibatkan beberapa langkah berikut:

- a. Memasukkan Data Responden: Data dari kuesioner dimasukkan ke dalam format spreadsheet yang kompatibel dengan SmartPLS, seperti format CSV atau Excel. Setiap baris dalam spreadsheet mewakili satu responden, dan setiap kolom mewakili jawaban untuk satu pertanyaan dari kuesioner.
- b. Mengatur Struktur Model: Dalam SmartPLS, peneliti membuat model struktural dengan mendefinisikan variabel laten dan variabel manifes. Variabel-variabel ini dihubungkan sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan.
- c. Mengimpor Data ke SmartPLS: Spreadsheet yang telah diisi dengan data responden diimpor ke dalam SmartPLS. Aplikasi ini kemudian memetakan data tersebut ke dalam model yang telah dibuat.
- d. Menjalankan Analisis PLS: Setelah data diimpor dan model diatur, peneliti dapat menjalankan analisis PLS untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas model pengukuran (outer model) serta mengidentifikasi hubungan struktural antara item variabel-variabel laten (inner model).

- e. Interpretasi Hasil: Hasil analisis PLS, termasuk koefisien jalur, nilai R-square, reliabilitas komposit, dan validitas diskriminan, diinterpretasikan untuk menguji hipotesis penelitian dan menarik kesimpulan.

Dengan demikian, penggunaan aplikasi SmartPLS dalam penelitian ini memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis yang mendalam dan komprehensif terhadap data yang telah dikumpulkan, memastikan validitas dan reliabilitas temuan, serta memberikan dasar empiris yang kuat untuk menjawab pertanyaan penelitian.

3.6.1 Uji Validitas

Sebelum melakukan pengujian utama, uji validitas telah dilakukan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan dalam kuesioner benar-benar mengukur variabel yang dimaksud. Uji validitas dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 45 responden yang termasuk dalam populasi penelitian. Validitas indikator diuji menggunakan analisis faktor konfirmatori (CFA) untuk memastikan bahwa setiap indikator memiliki faktor loading yang signifikan terhadap variabel laten yang diukur. Indikator dianggap valid jika memiliki faktor loading lebih dari 0.5 (Hair et al., 2010).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, uji reliabilitas juga dilakukan untuk memastikan konsistensi internal dari indikator yang digunakan dalam kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan dengan mengukur nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR) untuk setiap variabel laten. Indikator dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability lebih dari 0.7 (Nunnally & Bernstein, 1994). Uji reliabilitas juga dilakukan pada 45 responden yang sama untuk memastikan bahwa hasilnya konsisten dan dapat diandalkan sebelum kuesioner disebarikan kepada 100 responden utama.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, model persamaan struktural parsial terkecil kuadrat (PLS-SEM) digunakan, suatu metode statistik multivariat yang digunakan untuk memprediksi hubungan antar variabel. Metode ini dipergunakan untuk memastikan bahwa analisis data yang dilakukan benar dan valid. Metode ini dipilih karena fleksibilitasnya dalam menangani ukuran sampel kecil dan data yang tidak berdistribusi normal, serta kemampuannya untuk menguji model struktural dan pengukuran secara bersamaan (Hair, 2011; Henseler, 2016). Berikut ini adalah tahapan utama dalam metode analisis data PLS-SEM:

3.7.1 Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Model pengukuran, juga disebut sebagai model luar, dievaluasi untuk memastikan reliabilitas dan validitas konstruksi alat. Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel laten bekerja dan bagaimana indikator berinteraksi satu sama lain. Penjelasan lebih lanjut tentang tes yang akan dilakukan pada model pengukuran PLS dapat ditemukan di sini (Abdillah dan Hartono, 2015):

a. Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity)

Pertama, peneliti harus melakukan uji validitas konvergen untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat mengukur nilai yang diinginkan. Validitas konvergen dan diskriminan diuji melalui metode PLS dengan faktor penambahan indikator yang menilai konstruk. Validitas konvergen dinilai melalui metode PLS (Hartono dan Abdillah, 2015). Menurut Hair (2013), standar umum untuk faktor loading adalah minimum nilai $\pm 0,3$. Nilai yang lebih baik adalah $\pm 0,4$, dan nilai yang signifikan adalah lebih dari 0,5. Beban luar $> 0,7$ dan Average Variance Extracted (AVE) $> 0,5$ adalah rekomendasi umum untuk validitas konvergen (Abdillah dan Hartono, 2015).

b. Uji Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Konsep bahwa ada perbedaan antara pengukuran dari konstruk yang biasanya tidak memiliki korelasi yang signifikan adalah dasar uji validitas diskriminan. Uji cross-loading dan kriteria Fornell-Larcker digunakan untuk menilai validitas diskriminan. Untuk menghitung kriteria Fornell-Larcker, akar AVE masing-masing variabel dan hubungan antara variabel dalam model diperiksa. Validitas diskriminan model akan diterima jika akar AVE untuk masing-masing variabel lebih besar daripada korelasi antar variabel (Abdillah & Hartono, 2015). Uji cross-loading adalah tahap kedua dari uji validitas diskriminan. Jika hasil menunjukkan bahwa hubungan antara indikator dan variabelnya lebih kuat daripada hubungannya dengan variabel lain, ini menunjukkan bahwa variabel ini lebih baik dalam memprediksi ukuran blok daripada variabel lain (Abdillah & Hartono, 2015; Yamin & Kurniawan, 2011).

c. Uji Reliabilitas

Setelah peneliti menyelesaikan uji validitas, langkah berikutnya dalam analisis model pengukuran adalah uji reliabilitas. Ini dilakukan untuk mengetahui seberapa konsisten alat ukur melakukan pengukuran. Reliabilitas komposit dan Cronbach's Alpha dapat digunakan untuk menilai dengan metode PLS. Interpretasi reliabilitas komposit dan Cronbach's Alpha akan sama. Jika nilai batas lebih dari 0,7, maka batas tersebut dianggap wajar. Namun, nilai di bawah 0,6 juga boleh diterima (Abdillah dan Hartono, 2015).

3.7.2 Analisis Model Struktural (Inner Model)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk menilai model struktural dalam PLS. Model struktural, juga dikenal sebagai model dalam atau inner model, menunjukkan bagaimana variabel laten dan variabel manifestnya berhubungan satu sama lain (Abdillah & Hartono, 2015).

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan peneliti melihat nilai koefisien determinasi (R^2) adalah untuk melihat besarnya variasi variabel independen yang berfungsi untuk menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 sebesar 0,67 dianggap substansial, nilai 0,33 dianggap moderat, dan nilai 0,19 dianggap lemah, menurut kriteria batasan R^2 . Model prediksi dan penelitian menjadi lebih baik seiring dengan peningkatan nilai

variabel (Sukandarrumidi, 2012). Dalam menjalankan pengujian hipotesis, peneliti dapat melihat tabel path coefficients untuk melihat uji signifikansi antar konstruk. Selanjutnya, peneliti juga perlu melihat tabel specific indirect effect untuk menentukan seberapa signifikan hubungan tidak langsung antara variabel dependen dan independen melalui variabel mediasi (Abdillah & Hartono, 2015).

a. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Dalam PLS-SEM, pengaruh langsung adalah efek dari variabel independen terhadap variabel dependen tanpa melalui variabel mediasi. Sebaliknya, pengaruh tidak langsung adalah efek dari variabel independen terhadap variabel dependen yang dimediasi oleh variabel mediasi. Untuk menguji pengaruh langsung, peneliti melihat koefisien jalur antara variabel independen dan dependen. Untuk menguji pengaruh tidak langsung, peneliti melihat koefisien jalur antara variabel independen dan dependen melalui variabel mediasi. Pengujian ini dilakukan dengan melihat tabel path coefficients dan specific indirect effects dalam output SmartPLS. Pengaruh dianggap signifikan jika nilai t-statistics lebih besar dari 1,96 pada tingkat keyakinan 95% (Abdillah & Hartono, 2015).

Dengan membandingkan nilai statistik tabel t dan t, signifikansi keterdukungan hipotesis dapat dihitung. Jika nilai t-

statistics lebih besar dibandingkan nilai t-table, hal tersebut menyatakan bahwa hipotesis peneliti terdukung. Pada tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 5\%$), nilai t-table adalah sebesar $\geq 1,96$ digunakan untuk hipotesis dua ekor (atau dua ekor) dan nilai tabel t adalah sebesar $\geq 1,64$ diperuntukkan untuk hipotesis satu ekor (one-tailed) (Abdillah dan Hartono, 2015). Untuk studi ini, peneliti menggunakan hipotesis dua ekor, yang berarti nilai t-statistics pada tabel path coefficients yang didapat peneliti nantinya harus lebih besar dari 1,96.