

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang mendapatkan perhatian dalam studi, dan objek penelitian ini ditujukan untuk memperoleh jawaban atau solusi terhadap masalah tertentu. Objek penelitian mencakup segala sesuatu yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti untuk dipelajari, dengan demikian memperoleh informasi tentangnya dan kemudian mengambil kesimpulan (Sugiyono, 2018).

Dalam ruang lingkup penelitian ini, objek penelitian melibatkan analisis pengaruh *technology acceptance model* (TAM 3) terhadap *behavioral intention to use eWOM on social network services (SNS)* SNS di Indonesia. Dalam penelitian ini, objek berfungsi sebagai variabel independen (X) yang merupakan TAM 3 (*subjective norm, output quality, experience dan result demonstrability, computer selfefficacy, perceptions of external, computer playfulness, perceived enjoyment, dan objective usability, perceived of usefulness, perceived ease of use, dan behavioral intention*), sedangkan variabel terikat (Y) adalah *intention to use eWOM on social network services (SNS)*. Subjek penelitian ini adalah pengguna layanan pembayaran *fintech* (Gopay, OVO, dan Link Aja) di SNS di Indonesia.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Desain dan metode yang dilaksanakan dalam penelitian ini melalui pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai *behavioral intention to use eWOM on SNS*. Penetapan objek penelitian berupa variabel *perceived of usefulness dan perceived ease of use* sebagai variabel eksogen. Adapun dimensi yang digunakan pada *perceived of usefulness* yaitu dimensi *subjective norm, output quality, experience dan result demonstrability*, sedangkan dimensi yang digunakan dalam variabel *perceived ease of use* yaitu dimensi *computer selfefficacy, perceptions of external, computer playfulness, perceived enjoyment, dan objective usability*. Sementara variabel intervening adalah Behavioral Intention. Variabel terikat (endogen) yakni *intention to use eWOM on SNS*.

Pelaksanaan penelitian akan dilaksanakan pada pengguna sosial media SNS di Indonesia yang memiliki jumlah pengguna terbanyak dibandingkan dengan sosial media lainnya. Profitabilitas yang meningkat dalam menghadapi pertumbuhan negatif di bank nasional lain menyiratkan bahwa industri fintech Indonesia memiliki prospek yang baik meskipun pandemi *Covid-19* pada tahun 2020. Kenyamanan *fintech* kemungkinan berkontribusi pada popularitasnya yang meningkat di Indonesia.

Pengguna aplikasi *financial technology* di SNS dijadikan sebagai unit analisis penelitian ini. Adapun yang menjadi alasan pemilihan aplikasi *fintech* Gopay, OVO, dan LinkAja sebagai subjek penelitian dikarenakan seluruh pengguna aplikasi fintech di sosial media SNS dengan jumlah terbanyak adalah pengguna aplikasi fintech Gopay, OVO, dan LinkAja (Doe et al., 2022). dan dimensi waktu penelitian berupa *cross section*.

Metode penelitian deskriptif dan konfirmasi, dan tujuannya. Penelitian deskriptif dan verifikatif bertujuan untuk menggambarkan variabel penelitian melalui pengukurannya, dengan fokus pada faktor-faktor yang dapat digunakan untuk menguji hipotesis tentang proses penelitian (Sugiyono, 2018). Penekanannya pada pengujian hubungan sebab akibat atau model penelitian kausal, yaitu desain model penelitian berdasarkan pengumpulan bukti untuk menjamin hubungan sebab akibat.

Menurut Kerlinger (2006), survei dapat dilakukan pada sampel besar atau kecil dari masyarakat, tetapi harus mencakup pengumpulan sampel yang representatif dari populasi untuk mengidentifikasi pola hubungan antara karakteristik demografis dan sosial dan psikologis lainnya. faktor. Penelitian survey ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan (*explanatory / confirmatory*) sebab-sebab pengujian hipotesis, sehingga mendeskripsikan dan menjelaskannya adalah tujuan utamanya. Metode deskriptif digunakan untuk mempelajari lebih lanjut tentang suatu topik dengan menjelaskannya sedetail mungkin; misalnya, jika Anda ingin mengetahui bagaimana X memengaruhi Z, Anda akan melihat lebih dekat pada pengaruh X untuk memastikan Anda memahami masalah ini.

Penelitian deskriptif didefinisikan sebagai jenis penelitian di mana kegiatan utamanya adalah pengumpulan data dan tujuannya adalah untuk menggambarkan keadaan variabel di dalam dan dari diri mereka sendiri, daripada menyelidiki hubungan di antara mereka (Nassaji, 2015). Beberapa studi dapat digabungkan untuk membentuk satu badan penelitian deskriptif yang komprehensif.

Dalam survei dan eksperimen, penelitian deskriptif kuantitatif menonjol karena didasarkan pada teori dan dapat menjunjung tinggi asumsi paradigma empiris. Pertanyaan relasional berdasarkan variabel penelitian dapat dijawab dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif juga (Marvasti, 2018). Untuk lebih menjelaskan fenomena yang ada, baik yang muncul secara spontan atau merupakan hasil rekayasa manusia, metode deskriptif kualitatif semakin banyak diterapkan (Sukmadinata, 2017).

Memeriksa, mengkonfirmasi, dan memastikan konfirmasi hipotesis melalui prosedur verifikasi deskriptif (Semenov et al., 2015) yang mengacu pada metodologi yang digunakan selama proses penelitian untuk memastikan validitas dan ketergantungan melalui pembuktian data. Studi berdasarkan kausalitas atau verifikasi cocok untuk penelitian deskriptif. Pengaruh modifikasi terhadap norma yang dimiliki dan prosesnya dapat dievaluasi dengan mengidentifikasi tingkatan dan kualitas yang memiliki hubungan kausal melalui penelitian kausal.

3.2.2 Operasional Variabel

Variabel yang tidak pasti dalam penelitian sosial dapat dikuantifikasi dengan penerapan metode yang mengubah konsep yang tidak berwujud menjadi sifat dan tindakan yang dapat diukur (Sekaran & Bougie, 2009). Yang dimaksud dengan “operasionalisasi konsep” adalah proses penguraian ide yang tidak berwujud menjadi langkah-langkah konkrit yang dapat diukur.

Ada prosedur metodis yang diperlukan untuk mengimplementasikan ide tersebut. Pertama, Anda harus menentukan konstruk yang akan diukur, yang mengharuskan Anda mempertimbangkan dimensi, subdimensi, indikator, dan instrumen (satu atau lebih item atau pertanyaan) yang akan digunakan dalam

pengukuran. Validitas dan reliabilitas skala pengukuran kemudian harus dievaluasi, setelah itu format jawaban dapat dirancang (misalnya, skala peringkat tujuh poin). Operasionalisasi variabel memerlukan prosedur di atas.

Berikut penjelasan operasionalisasi variabel dan indikator dalam penelitian ini:

1. Variabel bebas *Technology Acceptance Model 3* (X) yang terdiri dari sub variabel *Subjective Norm, Output quality, Experience & Result Demonstrability, Computer Selfefficacy, Perception of external control, Computer Playfulness, Perceived enjoyment & Objective Usability* yang diadaptasi dari penelitian (Martínez-Navarro & Bigné, 2017; Moran & Muzellec, 2017).
2. Variabel Intervening *Perceived Ease of Use* (Y₁), *Perceived of Usefulness* (Y₂), dan *Behavioral Intention* (Y₃) yang diadaptasi dari penelitian (Doma, Elaref, & Abo Elnaga, 2015; Erkan & Evans, 2014; Rese, Schreiber, & Baier, 2014; Svendsen, Johnsen, Almås-Sørensen, & Vittersø, 2013; Tsai, Wang, Yan, & Chang, 2017; Watjatrakul, 2013; Wetenschappen, 2013).
3. Variabel terikat *Intention to Use eWOM on SNS* (Z) dengan indikator yang diadaptasi dari penelitian (Doma, Elaref, & Abo Elnaga, 2015; Erkan & Evans, 2014; Rese, Schreiber, & Baier, 2014; Svendsen, Johnsen, Almås-Sørensen, & Vittersø, 2013; Tsai, Wang, Yan, & Chang, 2017; Watjatrakul, 2013; Wetenschappen, 2013).

Operasionalisasi variabel dalam penelitian disertasi ini, tersaji lengkap dalam tabel 3.1 pada:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

| VARIABEL | DIMENSI | INDIKATOR PENGUKURAN | SKALA | NO. ITEM |
|-----------------------------|---|---|----------|----------|
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| <i>Subjective norm</i> (X1) | <i>Subjective norm</i> mengacu pada pengaruh yang dirasakan oleh individu terhadap perilaku mereka oleh keyakinan dan ekspektasi orang lain (Le-Hoang et al., 2020) | | | |
| | Pengaruh sosial | kebiasaan masyarakat untuk menggunakan <i>fintech payment</i> | Interval | 1 |
| Persepsi masyarakat akan | | Interval | 2 | |

| | | | | |
|---|---|---|----------|----|
| | | adanya <i>fintech payment</i> | | |
| | | <i>Fintech payment</i> mendukung UMKM dengan menyediakan layanan keuangan bagi semua masyarakat | Interval | 3 |
| | Harapan orang lain | Pengaruh dan dorongan sosial dalam penggunaan <i>fintech payment</i> | Interval | 4 |
| <i>Output quality</i> (X2) | <i>Output quality</i> mengacu pada tingkat keunggulan atau kebaikan dari hasil atau produk yang dihasilkan oleh suatu sistem, proses, atau aktivitas (Quan & Li, 2019) | | | |
| | Relevansi | Tingkat keyakinan <i>fintech payment</i> dapat memudahkan bisnis | Interval | 5 |
| | Kemudahan Dibaca/Dipahami | Tingkat keyakinan <i>fintech payment</i> mudah dioperasikan | Interval | 6 |
| | | Tingkat keyakinan <i>fintech payment</i> menghasilkan pelayanan yang baik | Interval | 7 |
| <i>Experience & Result Demonstrability</i> (X3) | <i>Experience & Result Demonstrability</i> adalah pengalaman serta kemampuan untuk dengan jelas membuktikan manfaat yang dihasilkan oleh suatu inovasi atau tindakan (Schlichte et al., 2019) | | | |
| | Pengalaman | <i>Fintech payment</i> menawarkan harga dan penawaran menarik | Interval | 8 |
| | Hasil atau manfaat | <i>Fintech payment</i> memungkinkan transaksi di mana saja | Interval | 9 |
| <i>Computer self-efficacy</i> (X4) | <i>Computer self-efficacy</i> mengacu pada keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menggunakan komputer dan teknologi informasi dengan efektif (Sheokand, 2022) | | | |
| | <i>Internet Skills</i> | Tingkat keyakinan pada kemampuan <i>fintech payment</i> melindungi privasi | Interval | 10 |
| | | Tingkat keyakinan uang dalam aplikasi aman dari hacker | Interval | 11 |
| | <i>Operational Skills</i> | Tingkat keyakinan <i>fintech payment</i> memenuhi janji layanan | Interval | 12 |
| <i>Perceptions of external</i> (X5) | <i>Perceptions of external</i> adalah persepsi individu bahwa adanya infrastruktur atau hal lain yang mendukung penggunaan sebuah sistem informasi (Song et al., 2021) | | | |
| | <i>External Constraints</i> | Tingkat keyakinan bahwa <i>fintech payment</i> mempercepat pembayaran | Interval | 13 |
| | | Tingkat persepsi terhadap keamanan data konsumen | Interval | 14 |

| | | | | |
|---|---|---|----------|----|
| | | dalam <i>fintech payment</i> | | |
| | <i>External Relevance</i> | Tingkat persepsi kejujuran dan reputasi layanan <i>fintech payment</i> | Interval | 15 |
| | | Tingkat persepsi keamanan memberikan info pribadi ke <i>fintech payment</i> | Interval | 16 |
| <i>Computer playfulness (X6)</i> | <i>Computer playfulness</i> mengacu pada aspek hiburan, kesenangan, atau elemen bermain yang terkait dengan penggunaan komputer (Greener, 2022) | | | |
| | Kesenangan | <i>Fintech payment</i> sesuai dengan kebiasaan pencarian info online | Interval | 17 |
| | Interaksi Bermain | Interaksi mudah dalam layanan <i>fintech payment</i> | Interval | 18 |
| | | Akses mudah ke produk keuangan dengan <i>fintech payment</i> | Interval | 19 |
| | Kejutan Positif | Tertarik pada inovasi <i>fintech payment</i> di industri keuangan | Interval | 20 |
| <i>Perceived enjoyment & objective usability (X7)</i> | <i>Perceived enjoyment & objective usability</i> mengacu pada tingkat kesenangan yang diperoleh dan evaluasi teknis terhadap sejauh mana suatu sistem, aplikasi, atau produk dapat digunakan dengan efisien dan efektif oleh pengguna (Greener, 2022) | | | |
| | Antusiasme | Menggunakan <i>fintech payment</i> meningkatkan keterampilan | Interval | 21 |
| | Navigasi | Menu <i>fintech payment</i> mudah dipahami | Interval | 22 |
| | | Fitur <i>fintech payment</i> mudah dimengerti | Interval | 23 |
| | Keterlibatan | <i>Fintech payment</i> sesuai gaya hidup dan simbol status | Interval | 24 |
| <i>Perceived ease of use (Y1)</i> | <i>Perceived ease of use</i> mengacu pada tingkat persepsi individu tentang sejauh mana suatu teknologi dianggap mudah untuk digunakan (Greener, 2022) | | | |
| | <i>Ease of use</i> | Tingkat kemudahan menggunakan <i>fintech payment</i> di mana saja | Interval | 25 |
| | | Tingkat kemampuan berinteraksi dengan menu <i>fintech payment</i> | Interval | 26 |
| | <i>Ease of understanding</i> | Tingkat kemampuan beralih ke <i>fintech payment</i> daripada tunai | Interval | 27 |
| | <i>Ease of learning</i> | Tingkat kemampuan panduan saat pakai <i>fintech payment</i> | Interval | 28 |
| <i>Perceived of</i> | <i>Perceived usefulness</i> mengacu pada tingkat persepsi individu tentang | | | |

| | | | | |
|--|---|---|----------|----|
| <i>usefulness</i> (Y2) | sejauh mana suatu teknologi dianggap bermanfaat dalam membantu mencapai tujuan atau meningkatkan kinerja (Greener, 2022) | | | |
| | <i>Work effectiveness</i> | <i>Fintech payment</i> mempercepat pembayaran | Interval | 29 |
| | <i>Difficulty reduction</i> | <i>Fintech payment</i> memiliki banyak fitur transaksi yang diperlukan | Interval | 30 |
| | | Transaksi <i>fintech payment</i> dapat diakses kapan dan di mana saja | Interval | 31 |
| <i>Personal benefit</i> | Transaksi <i>fintech payment</i> banyak diskon, menguntungkan pengguna | Interval | 32 | |
| <i>Behavioral intention</i> (Y3) | <i>Behavioral intention</i> mengacu pada niat atau kecenderungan individu untuk melakukan tindakan atau perilaku tertentu (Taneja & Ali, 2020) | | | |
| | <i>Attitude</i> | Lebih mudah akses <i>fintech payment</i> daripada tunai | Interval | 33 |
| | <i>Subjective norms</i> | Memilih <i>fintech payment</i> karena lebih praktis | Interval | 34 |
| | <i>Perceived behavioral control</i> | Mencoba <i>fintech payment</i> untuk bayar saat transaksi | Interval | 35 |
| <i>Intention to use eWOM on SNS</i> (Z) | <i>Intention to use eWOM on SNS</i> mengacu pada niat atau kecenderungan individu untuk menggunakan informasi yang disampaikan melalui internet oleh pengguna lain mengenai produk, layanan, atau pengalaman tertentu (Sardar et al., 2021) | | | |
| | <i>Online opinion leadership</i> | Niat terus gunakan <i>fintech payment</i> untuk pembayaran di masa depan | Interval | 36 |
| | | Niat pilih <i>fintech payment</i> daripada ke bank atau ATM | Interval | 37 |
| | | Keunggulan sebagai pengguna pertama <i>fintech payment</i> baru | Interval | 38 |
| | | Jadi sumber info tepercaya di SNS tentang <i>fintech payment</i> baru | Interval | 39 |
| | | Kemampuan jelaskan produk <i>fintech payment</i> ke kawan di SNS | Interval | 40 |
| | | Selalu diminta pendapat tentang <i>fintech payment</i> di SNS | Interval | 41 |
| | | Kepercayaan berbagi info berguna di SNS tentang <i>fintech payment</i> baru | Interval | 42 |
| | | Kemampuan memberikan nasihat <i>online</i> tentang | Interval | 43 |

| | | | | |
|--|--|--|---|----------|
| | | <i>fintech payment</i> | | |
| | | Pengaruh di SNS memilih jenis <i>fintech payment</i> | Interval | 44 |
| | | Kecenderungan memengaruhi kawan di SNS melalui pendapat | Interval | 45 |
| | <i>Online opinion seeking</i> | Cari ulasan dan pendapat <i>fintech payment</i> di SNS | Interval | 46 |
| | | Cari info <i>online</i> baru <i>fintech payment</i> sebelum beli atau unduh | Interval | 47 |
| | | Kecenderungan minta saran kawan di SNS tentang <i>fintech payment</i> yang dia pakai | Interval | 48 |
| | | Kesungguhan mempertimbangkan saran di SNS sebelum pilih <i>fintech payment</i> | Interval | 49 |
| | | Senang beli/unduh <i>fintech payment</i> dari saran orang di SNS | Interval | 50 |
| | | Cenderung konsultasi di SNS pilih <i>fintech payment</i> | Interval | 51 |
| | | Cenderung cari ulasan negatif <i>fintech payment</i> di SNS sebelum memutuskan | Interval | 52 |
| | | Cenderung cari ulasan positif <i>fintech payment</i> di SNS sebelum memutuskan | Interval | 53 |
| | | <i>Online opinion forwarding</i> | Keinginan bagikan posting menarik <i>fintech payment</i> di SNS | Interval |
| | Sedia terima dan teruskan ulasan <i>fintech payment</i> favorit kawan di SNS | | Interval | 55 |
| | Keinginan teruskan posting kawan di SNS tentang <i>fintech payment</i> | | Interval | 56 |
| | Cenderung teruskan ulasan positif <i>fintech payment</i> ke kawan | | Interval | 57 |
| | Cenderung teruskan ulasan negatif kawan tentang <i>fintech payment</i> | | Interval | 58 |
| | | Cenderung kirim ke teman di SNS saat temukan <i>fintech payment</i> menarik | Interval | 59 |

Sumber: diolah dari berbagai literatur

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Studi ini menggunakan sumber primer dan sekunder. Data primer, berbeda dengan data sekunder, dikumpulkan atau dikumpulkan langsung dari subjek atau individu asli dan biasanya mewakili struktur data historis mengenai suatu variabel. Mendefinisikan dan Menjelaskan Sumber Primer dan Sekunder

1. Data primer mengacu pada informasi yang telah dikumpulkan dan dianalisis secara khusus untuk mengatasi masalah studi tertentu. Kuesioner dikeluarkan untuk sampel perwakilan masyarakat untuk mendapatkan data primer. Sumber data utama untuk penelitian ini adalah perilaku pembelian orang-orang yang mengetahui tentang produk yang dimaksud melalui *SNS*. Data primer ini dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner.
2. Data sekunder, yang berasal dari studi sebelumnya pada berbagai sumber yang ada dan biasanya diambil dari studi dan laporan sebelumnya yang berada di perpustakaan atau lokasi lain, adalah data yang telah dikumpulkan dan dianalisis. “(Misbahudin & Hasan, 2013)” Informasi sekunder dikumpulkan dari karya sastra yang ada. Tabel 3.2 mencantumkan kategori data dan sumber terkait yang digunakan dalam penyelidikan ini.

Tabel 3.1 Data Sekunder dan Sumbernya

| Data | Jenis Data | Sumber |
|---------------------------------|------------|--|
| <i>Social Capital</i> | Primer | Kuisisioner |
| <i>eWOM Credibility</i> | Primer | Kuisisioner |
| <i>Attitude toward using</i> | Primer | Kuisisioner |
| <i>Perceived ease of use</i> | Primer | Kuisisioner |
| <i>Information Usefulness</i> | Primer | Kuisisioner |
| <i>Behavioral Intention</i> | Primer | Kuisisioner |
| Jumlah Pengguna <i>Internet</i> | Sekunder | (World Bank, 2016) (Internetworldstats, 2017) (APJII, 2017) (Euromonitor) |

| | | |
|---|----------|---|
| Perkembangan Pengguna Media Sosial di Indonesia | Sekunder | (Tech in asia, 2017) (Bloomberg, 2016) (Accenture, 2015) (C insight, 2017) |
| <i>Start-up Companies</i> di Indonesia | Sekunder | (Life, 2016) (sreda ventures, 2017) (Oliver Wyman, 2016) (Techlist, 2017) |
| Perkembangan <i>FinTech Start-up</i> Asia | Sekunder | (Crunchbase, 2016) (Tech in asia, 2017) (Oliver Wyman, 2016) |

Sumber: berbagai sumber dan diolah penulis

3.2.4 Populasi, Sampel Penelitian dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013, p. 61), populasi yakni kategori luas yang mencakup semua hal atau orang yang dipilih peneliti untuk dipelajari karena mereka memiliki sifat-sifat tertentu. Ketika kita berbicara tentang suatu populasi, kita berbicara tentang segala sesuatu yang membentuk populasi itu, bukan hanya jumlah benda di dalamnya. Peneliti menggunakan metode sampel karena keterbatasan sumber daya (seperti waktu, uang, dan tenaga) dan ruang lingkup studi. Sugiyono (2013) berpendapat bahwa sampel secara akurat mencerminkan demografi dan komposisi populasi pada umumnya.

Berdasarkan laporan *E-Wallet Industry Outlook 2023*, hasil survei terhadap 1.300 penduduk perkotaan mengindikasikan bahwa 74% dari mereka telah mengenal penggunaan dompet digital. Dalam kelompok ini, sekitar 61% memanfaatkan beberapa aplikasi dompet digital secara bersamaan. Lebih lanjut, aplikasi yang paling diminati adalah Gopay, yang memiliki pangsa pengguna sebesar 71%. Meskipun begitu, persaingan antara Gopay dan OVO sangat ketat, dengan pangsa pengguna OVO mencapai 70%. Sementara itu, penggunaan platform dompet digital lain seperti Dana, ShopeePay, dan LinkAja memiliki

pangsa yang lebih rendah, sebagaimana tercermin dalam grafik yang disajikan (Insight Asia, 2023).

Tabel 3.3 Data Pengguna *Fintech Payment* di Indonesia

| No. | Nama | Nilai | |
|-----|-----------|--------|-----------|
| | | Persen | Jumlah |
| 1. | Gopay | 71 | 962 orang |
| 2. | OVO | 70 | 910 orang |
| 3. | Dana | 61 | 793 orang |
| 4. | ShopeePay | 60 | 780 orang |
| 5. | LinkAja | 27 | 351 orang |

Sumber : Laporan *E-Wallet Industry Outlook 2023*, <https://www.insightasia.com>

Margin kesalahan yang diinginkan menentukan ukuran sampel. Margin kesalahan yang dapat diterima dalam ilmu sosial adalah 5% (0,05). Semakin jauh sampel dikurangi (dari keseluruhan) semakin tinggi tingkat kesalahan. Artinya, semakin besar kemungkinan kesimpulan yang luas akan salah. Dan sama. Semakin tinggi ukuran sampel (yang mewakili populasi), semakin kecil tingkat kesalahannya, begitu pula sebaliknya.

3.2.4.2 Sampel Penelitian

Ukuran sampel penelitian ditentukan oleh strategi analisis data. SEM digunakan untuk membuat penentuan tersebut dalam penelitian ini. Sementara minimal 200 sampel direkomendasikan untuk analisis SEM (Wolf, Harrington, Clark, & Miller, 2013), pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 962 responden. Dari kuisisioner yang disebar, didapatkan 604 jawaban responden dengan 14 jawaban responden tidak bisa digunakan karena responden tersebut tidak masuk ke dalam kriteria pengisian. Sehingga jumlah jawaban responden yang dapat diolah sebanyak 590 responden (61,3%). Ukuran sampel harus memadai untuk mengatasi masalah yang diangkat oleh elemen kualitatif yang relevan (Malhotra, 2010:374). Penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner melalui media sosial seperti *Whatsapp* dan *SNS* yang kemudian diarahkan menggunakan *link* untuk dapat diisi pada *Google Form*.

Penyebaran melalui media sosial ini dilakukan dalam waktu pengumpulan data lima (5) bulan.

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Strategi pengambilan sampel adalah apa yang kami gunakan di sini. Menurut Zikmund et al. (2009:395), ada dua kategori utama metode pengambilan sampel: probabilitas dan non-probabilitas. Selanjutnya, Zikmund et al. (2009) *non-probability sampling* digambarkan sebagai pemilihan unit sampel berdasarkan kriteria subyektif atau arbitrer, sedangkan *probability sampling* didefinisikan sebagai pemilihan sampel dari populasi di mana setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan beberapa kriteria tertentu, yaitu :

1. Responden adalah pengguna media sosial (SNS, Instagram, Twitter, Youtube) dengan kurun waktu minimal enam bulan.
2. Responden menggunakan produk *fintech payment* seperti (Gopay, OVO dan LinkAja) sebanyak minimal 2 kali dalam kurun waktu enam bulan.
3. Responden mengikuti halaman media sosial (SNS) dari produk *fintech payment* yang digunakan.
4. Responden tertarik atau sudah rutin membaca dan menikmati sebagian besar komentar (*eWOM*) dari produk *fintech payment* (Gopay, OVO dan LinkAja).

Individu di Indonesia yang telah memanfaatkan layanan yang ditawarkan oleh aplikasi *fintech payment* (Gopay, OVO dan LinkAja) dan telah mengakses informasi elektronik yang beredar melalui SNS dipilih sebagai kelompok populasi yang diambil sampelnya. Besar sampel harus mencukupi untuk mengatasi tantangan yang timbul dari aspek-aspek kualitatif yang relevan (Malhotra, 2010:374). Dalam penelitian ini, selain kriteria diatas, karakteristik responden dalam penelitian ini juga dilihat dari jenis kelamin, usia, domisili, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan per bulan dan uang saku per bulan.

3.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Cooper dan Schindler (2014) serta Sekaran dan Roger Bougie (2013) mendefinisikan validitas sebagai “sejauh mana suatu instrumen penelitian mengukur apa yang hendak diukur” dalam tujuan penelitian. Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengetahui apakah instrumen yang dikembangkan dapat mengukur secara akurat konstruk yang dirancangnya. Instrumen penelitian perlu melalui uji validitas untuk melihat apakah mereka dapat secara akurat mengukur variabel yang diklaim oleh peneliti.

Semakin valid suatu instrumen, semakin mengukur apa yang seharusnya, atau semakin mendekati kenyataan. Tingkat validitas yang tinggi dapat dikaitkan dengan suatu alat ukur jika alat ukur tersebut efektif dalam melakukan pengukuran. Jika kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi, pertanyaannya harus dianggap sebagai alat ukur untuk hasil penelitian yang diinginkan.

Reliabilitas korelasi antara skor item dan skor total untuk setiap variabel penelitian dievaluasi dengan menggunakan SPSS 25 yang digunakan untuk melakukan uji validitas dalam penelitian ini. Karena instrumen penelitian menggunakan data skala interval dan rasio, koefisien korelasi Pearson digunakan untuk menentukan kekuatan hubungan antara kedua variabel. Jika nilai p yang digunakan untuk skor item tes terhadap skor total kurang dari taraf signifikan (p -value 0,05), maka tes tersebut dapat dianggap valid; jika p -value $<$, maka tes tersebut dapat dianggap sangat valid (Joseph F. Hair et al., 2014).

1. Hasil uji validitas terhadap variabel *Subjective Norm*

Hasil uji validitas terhadap 30 responden untuk mengukur variabel *Subjective Norm* tersaji pada Tabel 3.4

Tabel 3.4
Hasil uji validitas terhadap variabel *Subjective Norm*

| Indikator | Koefisien Pearson | P Value | Keterangan |
|-----------|-------------------|---------|------------|
| SN1 | 0.946** | 0.000 | Valid |
| SN2 | 0.888** | 0.000 | Valid |
| SN3 | 0.963** | 0.000 | Valid |
| SN4 | 0.905** | 0.000 | Valid |

Berdasarkan Tabel 3.2, seluruh indikator Norma Subjektif dinyatakan valid karena memiliki nilai signifikansi 0,05 sehingga variabel Norma Subjektif secara keseluruhan dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

2. Hasil uji validitas terhadap variabel *Output Quality*

Hasil uji validitas pada 30 responden untuk mengukur variabel *Output Quality* tersaji pada Tabel 3.5

Tabel 3.5
Hasil uji validitas terhadap variabel *Output Quality*

| Indikator | Koefisien Pearson | P Value | Keterangan |
|-----------|-------------------|---------|------------|
| OQ1 | 0.938** | 0.000 | Valid |
| OQ2 | 0.957** | 0.000 | Valid |
| OQ3 | 0.847** | 0.000 | Valid |

Dari Tabel 3.3, semua indikator yang terdiri dari variabel Kualitas Keluaran dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian karena semuanya memiliki nilai signifikansi 0,05.

3. Hasil uji validitas terhadap variabel *Experience & Result Demonstrability*

Hasil uji validitas pada 30 responden untuk mengukur variabel *Experience & Result Demonstrability* tersaji pada Tabel 3.6

Tabel 3.6
Hasil uji validitas terhadap variabel *Experience & Result Demonstrability*

| Indikator | Koefisien Pearson | P Value | Keterangan |
|-----------|-------------------|---------|------------|
| ERD1 | .949** | 0.000 | Valid |
| ERD2 | .956** | 0.000 | Valid |

Tabel 3.4 menampilkan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap indikator-indikator penyusun variabel Pengalaman & Demonstrasi Hasil; semua indikator memiliki nilai signifikansi < 0,05 semuanya layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

4. Hasil uji validitas terhadap variabel *Computer Selfefficacy*

Hasil uji validitas pada 30 responden untuk mengukur variabel *Computer Selfefficacy* tersaji pada Tabel 3.7

Tabel 3.7

Hasil uji validitas terhadap variabel *Computer Selfefficacy*

| Indikator | Koefisien Pearson | P Value | Keterangan |
|-----------|-------------------|---------|------------|
| CS1 | 0.949** | 0.000 | Valid |
| CS2 | 0.938** | 0.000 | Valid |
| CS3 | 0.900** | 0.000 | Valid |

Tabel 3.5 menampilkan hasil uji validitas yang dilakukan pada indikator-indikator yang membentuk variabel *Computer Self-efficacy*. Semua indikator yang membentuk variabel ini yakni valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

5. **Hasil uji validitas terhadap variabel *Perception of external control***

Hasil uji validitas pada 30 responden untuk mengukur variabel *Perception of external control* tersaji pada Tabel 3.8

Tabel 3.8

Hasil uji validitas terhadap variabel *Perception of external control*

| Indikator | Koefisien Pearson | P Value | Keterangan |
|-----------|-------------------|---------|------------|
| PEC1 | 0.984** | 0.000 | Valid |
| PEC2 | 0.961** | 0.000 | Valid |
| PEC3 | 0.927** | 0.000 | Valid |
| PEC4 | 0.920** | 0.000 | Valid |

Tabel 3.6 menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel Persepsi Kontrol Eksternal adalah valid dengan tingkat signifikansi 0,05 sehingga seluruh variabel Persepsi Kontrol Eksternal dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

6. **Hasil uji validitas terhadap variabel *Computer Playfulness***

Hasil uji validitas pada 30 responden untuk mengukur variabel *Computer Playfulness* tersaji pada Tabel 3.9

Tabel 3.9**Hasil uji validitas terhadap variabel *Computer Playfulness***

| Indikator | Koefisien Pearson | P Value | Keterangan |
|------------------|--------------------------|----------------|-------------------|
| CP1 | 0.927** | 0.000 | Valid |
| CP2 | 0.901** | 0.000 | Valid |
| CP3 | 0.911** | 0.000 | Valid |
| CP4 | 0.882** | 0.000 | Valid |

Karena semua indikator memiliki nilai signifikansi 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa variabel *Computer Passion* merupakan alat ukur penelitian praktis, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3.7, yang menyajikan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap indikator-indikator yang terdiri dari variabel Utama Komputer.

7. Hasil uji validitas terhadap variabel *Perceived enjoyment & Objective Usability*

Hasil uji validitas terhadap 30 responden untuk mengukur variabel *Perceived enjoyment & Objective Usability* tersaji pada Tabel 3.10

Tabel 3.10**Hasil uji validitas terhadap variabel *Perceived enjoyment & Objective Usability***

| Indikator | Koefisien Pearson | P Value | Keterangan |
|------------------|--------------------------|----------------|-------------------|
| PEO1 | 0.872** | 0.000 | Valid |
| PEO2 | 0.922** | 0.000 | Valid |
| PEO3 | 0.857** | 0.000 | Valid |
| PEO4 | 0.907** | 0.000 | Valid |

Setiap indikator pada variabel *Perceived pleasure & Objective Usability* memiliki nilai signifikansi 0,05 yang berarti valid sehingga dapat berfungsi sebagai ukuran kuantitatif dalam studi. Hasil ini disajikan pada Tabel 3.8.

8. Hasil uji validitas terhadap variabel *Perceived Ease of Use*

Hasil uji validitas pada 30 responden untuk mengukur variabel *Perceived Ease of Use* tersaji pada Tabel 3.11

Tabel 3.11
Hasil uji validitas terhadap variabel *Perceived Ease of Use*

| Indikator | Koefisien Pearson | P Value | Keterangan |
|-----------|-------------------|---------|------------|
| PEU1 | 0.953** | 0.000 | Valid |
| PEU2 | 0.902** | 0.000 | Valid |
| PEU3 | 0.964** | 0.000 | Valid |
| PEU4 | 0.933** | 0.000 | Valid |

Dengan menggunakan data yang disajikan pada Tabel 3.9, dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang terdiri dari variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan yakni valid, karena semuanya memiliki nilai signifikansi 0,05, sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

9. Hasil uji validitas terhadap variabel *Perceived of Usefulness*

Hasil uji validitas pada 30 responden untuk mengukur variabel *Perceived of Usefulness* tersaji pada Tabel 3.12

Tabel 3.12
Hasil uji validitas terhadap variabel *Perceived of Usefulness*

| Indikator | Koefisien Pearson | P Value | Keterangan |
|-----------|-------------------|---------|------------|
| POU1 | 0.975** | 0.000 | Valid |
| POU2 | 0.947** | 0.000 | Valid |
| POU3 | 0.963** | 0.000 | Valid |
| POU4 | 0.925** | 0.000 | Valid |

Tabel 3.10 menampilkan hasil uji validitas yang dilakukan pada indikator-indikator yang membentuk variabel *Perceived of Usefulness*; semua indikator memiliki nilai signifikansi 0,05 semuanya layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

10. Hasil uji validitas terhadap variabel *Behavioral Intention*

Hasil uji validitas pada 30 responden untuk mengukur variabel *Behavioral Intention* tersaji pada Tabel 3.13

Tabel 3.13
Hasil uji validitas terhadap variabel *Behavioral Intention*

| Indikator | Koefisien Pearson | P Value | Keterangan |
|-----------|-------------------|---------|------------|
| BI1 | 0.972** | 0.000 | Valid |
| BI2 | 0.978** | 0.000 | Valid |
| BI3 | 0.953** | 0.000 | Valid |

Dari Tabel 3.11, seluruh indikator penyusun variabel Behavioral Intention dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian karena memiliki nilai signifikansi sebesar 0,05.

11. Hasil uji validitas terhadap variabel *Intention to Use eWOM on SNS*

Hasil uji validitas pada 30 responden untuk mengukur variabel *Intention to Use eWOM on SNS* tersaji pada Tabel 3.14

Tabel 3.14
Hasil uji validitas terhadap variabel *Intention to Use eWOM on SNS*

| Indikator | Koefisien Pearson | P Value | Keterangan |
|-----------|-------------------|---------|------------|
| IU1 | 0.699** | 0.000 | Valid |
| IU2 | 0.822** | 0.000 | Valid |
| OL1 | 0.968** | 0.000 | Valid |
| OL2 | 0.939** | 0.000 | Valid |
| OL3 | 0.943** | 0.000 | Valid |
| OL4 | 0.954** | 0.000 | Valid |
| OL5 | 0.957** | 0.000 | Valid |
| OL6 | 0.943** | 0.000 | Valid |
| OL7 | 0.960** | 0.000 | Valid |
| OL8 | 0.966** | 0.000 | Valid |
| OS1 | 0.960** | 0.000 | Valid |
| OS2 | 0.962** | 0.000 | Valid |
| OS3 | 0.967** | 0.000 | Valid |
| OS4 | 0.981** | 0.000 | Valid |
| OS5 | 0.969** | 0.000 | Valid |
| OS6 | 0.947** | 0.000 | Valid |
| OS7 | 0.875** | 0.000 | Valid |
| OS8 | 0.836** | 0.000 | Valid |
| OF1 | 0.952** | 0.000 | Valid |

| | | | |
|-----|---------|-------|-------|
| OF2 | 0.964** | 0.000 | Valid |
| OF3 | 0.973** | 0.000 | Valid |
| OF4 | 0.963** | 0.000 | Valid |
| OF5 | 0.933** | 0.000 | Valid |
| OF6 | 0.966** | 0.000 | Valid |

Dari Tabel 3.12, semua indikator penyusun variabel Intention to Use eWOM pada SNS adalah dapat diterima karena probabilitas kesalahan $< 0,05$. Ini menunjukkan bahwa setiap dan semua variabel dapat berfungsi sebagai indikator dalam studi ilmiah.

Cooper dan Schindler (2014) dan Sekaran dan Roger Bougie (2013) mendefinisikan reliabilitas sebagai sejauh mana suatu pengukuran secara konsisten menghasilkan hasil yang sama atau sangat mirip. Cooper dan Schindler (2014) mencatat bahwa stabilitas, ekuivalen, dan konsistensi internal instrumen adalah tiga cara di mana keandalannya dapat dicirikan.

1. Stabil, jika orang yang sama dapat diukur berkali-kali dengan alat yang sama dan tetap mendapatkan temuan yang sama.
2. Ekuivalen, atau sejauh mana hasil dari responden atau sampel yang berbeda setara pada periode tertentu.
3. Jika jawaban yang diberikan responden terhadap instrumen penelitian semuanya relatif sebanding, itu menunjukkan bahwa instrumen tersebut mencapai tujuan yang diinginkan. Hal ini dilakukan dengan menyusun alat ukur yang menunjukkan hasil yang sama (mantap, konsisten) dari responden meskipun mengandung maksud yang sama, yang disampaikan dalam butir-butir pertanyaan/pernyataan yang berbeda dan dihindarkan secara acak dalam urutan nomor.

Salah satu fitur terpenting dari alat pengukur kualitas adalah dapat diandalkan untuk memberikan hasil yang akurat setiap saat. Jika koefisien dependabilitas suatu instrumen penelitian $> 0,7$, maka dapat dikatakan dependen (Joseph F. Hair et al., 2014). Paket statistik SPSS 25 digunakan untuk melakukan pengujian reliabilitas, dan hasilnya dikuantifikasi menggunakan koefisien Alpha Cronbach. Hasil uji reliabilitas tiap variabel penelitian disajikan pada Tabel 3.15

Tabel 3.15
Hasil uji reliabilitas instrumen

| Variabel | Jumlah Indikator | Cronbach' s Alpha | Keterangan |
|--|---------------------|----------------------|------------|
| <i>Subjective Norm</i> | 4 | 0.941 | Reliabel |
| <i>Output Quality</i> | 3 | 0.901 | Reliabel |
| <i>Experience & Result Demonstrability</i> | 2 | 0.896 | Reliabel |
| <i>Computer Selfefficacy</i> | 3 | 0.920 | Reliabel |
| <i>Perception of external control</i> | 4 | 0.962 | Reliabel |
| <i>Computer Playfulness</i> | 4 | 0.924 | Reliabel |
| <i>Perceived enjoyment & Objective Usability</i> | 4 | 0.970 | Reliabel |
| <i>Perceived Ease of Use</i> | 4 | 0.953 | Reliabel |
| <i>Perceived of Usefulness</i> | 4 | 0.965 | Reliabel |
| <i>Behavioral Intention</i> | 3 | 0.965 | Reliabel |
| <i>Intention to Use eWOM on SNS</i> | 24 | 0.994 | Reliabel |

Nilai Cronbach's Alpha untuk semua variabel penelitian berada $> 0,7$ seperti terlihat pada Tabel 3.13. Bahwa skala pengukuran untuk semua konstruk adalah valid dan reliabel menunjukkan bahwa tingkat konsistensi internal yang tinggi dicapai dalam variabel individu instrumen penelitian (Joseph F. Hair et al., 2014).

3.4 Teknik Analisis Data

Beberapa pertanyaan dalam kuesioner berkaitan dengan variabel penelitian, khususnya item yang sesuai dengan yang tercantum pada operasionalisasi variabel penelitian, dan digunakan untuk mengumpulkan data primer melalui penggunaan metode penelitian lapangan (survei) dan/atau penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden. .

Melalui penggunaan jajak pendapat kausalitas, peneliti dapat menentukan apakah temuan mereka menjelaskan atau mengkonfirmasi. Data primer, sering dikenal sebagai "data mentah", dikumpulkan melalui survei dan kuesioner yang dilakukan oleh peneliti. Untuk alasan ini, instrumen penelitian harus sehat dan dapat dipercaya jika hasilnya dapat dipercaya. Untuk keperluan diskusi ini, data yang sah berarti pengukuran dilakukan dengan menggunakan instrumen yang

akurat, terlepas dari berapa kali objek yang sama digunakan untuk pengukuran. alat penelitian berupa item-item atau pertanyaan-pertanyaan untuk mengevaluasi desain dilihat dari indikator variabel penelitian tersebut di atas, dengan skala pengukuran berupa class rating pada skala Likert.

Kuesioner adalah jenis instrumen penelitian yang umum karena efisiensinya dalam mengumpulkan data dan fleksibilitas yang dapat dianalisis dan ditafsirkan. Tingkat validitas atau akurasi dapat diselidiki melalui penggunaan pengumpulan data kuesioner. Ini adalah cara sederhana untuk menilai sejauh mana hubungan yang dihipotesiskan antara variabel bertahan.

3.4.1 Analisis Data Deskriptif

Bagian penting dari setiap studi statistik adalah mengembangkan rencana untuk menganalisis data yang dikumpulkan untuk menentukan apakah temuan tersebut mendukung dan valid dalam kaitannya dengan hipotesis (Sekaran, 2003). Peneliti menggunakan proses multi-langkah untuk menyebarluaskan kuesioner kepada peserta, yang masing-masing disesuaikan dengan serangkaian faktor tertentu.

1. Pengumpulan informasi untuk maksud menyelidiki identitas orang yang ditangkap.
2. Melakukan seleksi data dengan memverifikasi keakuratan dan kelengkapan informasi yang dikumpulkan.
3. Menghitung data secara bertahap, dimulai dengan memasukkannya ke dalam sistem aplikasi, dilanjutkan dengan penciptaan dan pengukuran nilai, dan diakhiri dengan skor total dan peringkat untuk setiap variabel.
4. Memproses data menggunakan algoritme statistik dan mengevaluasi hasilnya untuk menarik kesimpulan yang andal.
5. Aplikasi Amos digunakan untuk melakukan uji kelayakan terhadap hipotesis hasil analisis penelitian.

Kuesioner digunakan untuk mendapatkan informasi. Kuesioner adalah jenis alat pengumpulan data di mana responden diberikan serangkaian pertanyaan

tertulis untuk dijawab. (Sugiyono, 2012). Tanggapan yang diterima kemudian dinilai pada skala yang telah ditentukan. Dalam analisis ini, kami menggunakan skala pengukuran diferensial semantik. Skala perbedaan semantik menggunakan berbagai kata sifat untuk menilai keadaan internal, seperti yang dijelaskan oleh Silalahi (Silalahi, 2015). Dimensi evaluatif (baik, buruk, jujur, tidak jujur) dan prospektif (aktif, pasif, cepat, lambat) terwakili dalam skala ini. Penelitian memiliki rentang nilai sebanyak tujuh.

Tabel 3.16 Skor Alternatif Jawaban

Rentang Jawaban

| | | | | | | | | | |
|-------------------|---|---|---|---|---|---|---|--|--------------------------|
| <i>Unpleasant</i> | | | | | | | | | <i>Pleasant Friendly</i> |
| <i>Unfriendly</i> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | | |
| <i>Negatif</i> | | | | | | | | | <i>Positif</i> |

Sumber: Silalahi 2015 : 353 diolah

Analisis deskriptif digunakan untuk meringkas bagaimana peserta menjawab pertanyaan tentang faktor eksogen dan endogen dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel penelitian:

1. *Cross Tabulation*

Salah satu cara untuk menguji data untuk hubungan deskriptif antara dua variabel atau lebih adalah melalui tabulasi silang (Sudjana, 2000). Untuk mengetahui seberapa dekat hubungan dua variabel, ahli statistik menggunakan tabulasi silang. Jika ada hubungan di antara mereka, maka satu perubahan dalam satu variabel kemungkinan besar akan berpengaruh pada perubahan lain dalam variabel lain.

Tabel 3.17 Tabulasi Silang (*Cross Tabulation*)

| Variabel Kontrol | Judul (Identitas/Karakteristik/Pengalaman) | Judul (Identitas/Karakteristik/Pengalaman) Klasifikasi (Identitas/Karakteristik/Pengalaman) | Total |
|--------------------------|--|---|-------|
| | | Total Skor | |
| Total Keseluruhan | | | |

Sumber: dimodifikasi dari Sudjana, 2000

2. Skor ideal

Untuk mengevaluasi seberapa baik kinerja masing-masing variabel, perlu untuk membandingkan skor total yang diperoleh dengan skor ideal, yang didasarkan pada kemungkinan hasil terbaik untuk pertanyaan survei. Instrumen pengumpulan data, seperti kuesioner, sangat penting dalam pelaksanaan penelitian dan survei. Peneliti dan surveyor menggunakan kuesioner, yang berisi berbagai macam pertanyaan, untuk mengumpulkan tanggapan dari responden atau sampel. Karena kuesioner penelitian berisi sejumlah pertanyaan yang cukup besar, pemberian skor sangat penting untuk memfasilitasi penilaian dan akan membantu analisis data yang terkumpul. Penilaian kuesioner perlu mengikuti aturan yang ditetapkan. Berikut rumus menghitung nilai sempurna:

$$\begin{aligned} \text{Nilai Indeks Maksimum} &= \frac{\text{Skor interval tertinggi} \times \text{Jumlah item pertanyaan tiap dimensi} \times \text{Jumlah responden}}{\text{Skor interval terendah} \times \text{Jumlah item pertanyaan tiap dimensi} \times \text{Jumlah responden}} \\ \text{Nilai Indeks Minimum} &= \frac{\text{Skor interval terendah} \times \text{Jumlah item pertanyaan tiap dimensi} \times \text{Jumlah responden}}{\text{Skor interval tertinggi} \times \text{Jumlah item pertanyaan tiap dimensi} \times \text{Jumlah responden}} \\ \text{Jarak Interval} &= \frac{[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}]}{\text{skor interval tertinggi}} \\ \text{Persentase Skor} &= \frac{[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}]}{100} \times 100 \end{aligned}$$

3. Tabel atas analisis deskriptif

Variabel penelitian seperti “*Subjective Norm, Output Quality, Experience & Result Demonstration, Computer Self-efficacy, Perception of external control, Computer Playfulness, Perceived enjoyment & Objective Usability, Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, Behavioural Intention, and Intention to Use eWOM on SNS*” dijelaskan menggunakan analisis deskriptif dalam penelitian ini. Tabel 3.7 menunjukkan kriteria interpretasi persentase yang digunakan untuk mengklasifikasikan hasil perhitungan, dengan nilai mulai dari 0% hingga 100%.

Tabel 3.18. Analisis Deskriptif

| No. | Pernyataan | Alternatif Jawaban | | | | | | | Total | Skor Ideal | Total Skor Per-Item | % Skor |
|-------------------|------------|--------------------|---|---|---|---|---|---|-------|------------|---------------------|--------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | | | | |
| Skor | | | | | | | | | | | | |
| Total Skor | | | | | | | | | | | | |

Sumber: dimodifikasi dari Sudjana, 2000

Setelah itu, kami menggunakan kriteria interpretasi untuk mengklasifikasikan hasil yang dihitung ke dalam salah satu dari tujuh kelompok yang mungkin. Garis kontinum dibuat untuk membandingkan skor total pada setiap komponen untuk setiap peserta untuk memberikan pandangan keseluruhan dari variabel penelitian. Gambar 3.1 menjelaskan prosedur yang terlibat dalam merancang garis kontinu.

1. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

Kontinum tertinggi = skor tertinggi x Jumlah butir per item x jumlah responden

Kontinum terendah = skor terendah x jumlah butir per item x jumlah responden

2. Temukan celah antara skor kontinum di setiap tingkatan.

$$\text{Skor setiap tingkat} = \frac{\text{Kontinum tertinggi} - \text{Kontinum terendah}}{\text{Banyaknya tingkatan}}$$

3. Untuk menentukan di mana hasil penelitian akan dinilai, gambar garis kontinum. Hitung, sebagai persentase garis kontinum (skor maksimum x 100%), di mana skor hasil penelitian (skala penilaian) turun.

| | | | | | | |
|--------------|-------|-------------|--------|------------|------|-------------|
| Sangat Buruk | Buruk | Cukup Buruk | Sedang | Cukup Baik | Baik | Sangat Baik |
|--------------|-------|-------------|--------|------------|------|-------------|

Gambar 3.1 Garis Kontinum Penelitian

Keterangan:

a = Skor minimum

b = Jarak interval

Σ = Jumlah perolehan skor

N = Skor ideal teknik analisis data verifikatif

3.4.2 Analisis Data Verivikatif

3.4.2.1 Model *Spesification*

Pemodelan persamaan struktural (SEM) dengan metodologi berbasis kovarians (CB) digunakan untuk menganalisis data dalam penyelidikan ini. Untuk mengetahui pengaruh tingkat signifikansi suatu variabel, penelitian ini menggunakan pendekatan CB-SEM untuk membangun model struktural. Tujuan penelitian dengan menggunakan CB-SEM untuk mengujikan teori atau mengkonfirmasi teori dengan orientasi parameter. Karakteristik data dengan penggunaan CB-SEM harus dengan jumlah sampel yang besar minimal direkomendasikan berkisar 200 hingga 800 dan memiliki asumsi multivariat normalitasnya terpenuhi (parametrik). Lalu, Adapun Evaluasi Model dalam CB-SEM dengan memberi syarat tercapainya kriteria *goodness of fit* sebagai estimasi parameter (Haryono, 2014).. Ujiannya adalah di mana model persamaan struktural (SEM) dan analisis jalur (PA) menyimpang (Kusnendi, 2008). Menurut Kusnendi (Kusnendi, 2008), model struktural, seperti analisis rute, memberikan penjelasan atas hipotesis atau prediksi yang dibuat tentang hubungan antara dua set variabel. Perbedaan utama antara SEM dan paradigma analisis rute adalah bahwa variabel eksogen dan endogen dalam SEM didefinisikan sebagai efek tidak langsung, di mana semua variabel kausal dan efek dianggap terlihat secara langsung. Untuk menghasilkan model skala.

Pengertian analisis data dipahami sebagai kegiatan pengolahan data dan setelah menjumlahkan data dari keseluruhan responden. Semua tabulasi dan klasifikasi data dilakukan sesuai dengan jenis responden dan variabel yang diminati. Masalah perlu pemecahan, dan hipotesis perlu diuji, oleh karena itu dibuat perhitungan (Sugiyono 2017:199). Untuk menuju ke tahap analisis, setelah

semua data terkumpul, maka dimasukkan ke dalam program AMOS. Setiap indikator yang mewakili setiap variabel dalam penelitian ini dilakukan uji validitas dan reliabilitas, dengan pengolahan awal dilakukan terhadap 30 responden. Jika semua item telah teruji dengan valid dan juga reliabel, maka akan dilanjutkan pada tahap pengolahan selanjutnya yaitu proses uji hipotesis. Dengan tujuan agar menjawab tujuan dalam penelitian ini.

Itu sebabnya pemodelan SEM dilakukan pada data ini; diharapkan kita akan mendapatkan semacam konfirmasi tentang nilai parameter dan varian variabel dalam model struktural. Tujuan dari model persamaan struktural (SEM) adalah untuk memberikan penjelasan deskriptif tentang hubungan antara variabel yang diteliti. Deskripsi yang diperoleh memungkinkan seseorang untuk menarik kesimpulan tentang hubungan sebab akibat antara faktor eksogen dan endogen, serta antara variabel laten dan variabel manifestasinya.

3.4.2.2 Model Identification

Setelah proses penelitian mengumpulkan informasi atau data, langkah selanjutnya adalah menguji data dengan analisis. Setelah mengumpulkan informasi yang diperlukan, analisis data dilakukan untuk memberikan konfirmasi atau sanggahan terhadap hipotesis penelitian dan solusi atas pernyataan masalah penelitian. Analisis Structured Equation Modeling (SEM) dilakukan untuk memeriksa data dalam penelitian ini, dan Amos, versi 24.0, digunakan untuk analisis statistik. Menurut Hair et al. (2010), analisis SEM yakni metode multivariat yang memperkirakan hubungan saling ketergantungan dengan menggabungkan karakteristik regresi yang bermakna dan analisis faktor. Pendekatan SEM berguna untuk memperkirakan adanya kesalahan pengukuran dan parameter dalam model analisis data.

Ada dua jenis analisis utama yang digunakan di sini. Analisis faktor konfirmatori adalah yang pertama. Untuk memverifikasi faktor mana yang paling penting dalam satu set variabel berkembang, metode Analisis Faktor Konfirmatori digunakan. Bobot untuk Regresi, Keduanya. Untuk mengetahui sejauh mana variabel yang digunakan dalam SEM berinteraksi satu sama lain, dilakukan analisis Bobot Regresi. Parameter model SEM diperkirakan menggunakan salah satu dari dua metode (Hair, et al., 2010):

1. *Structural model* (model struktural). Disebut juga *latent variabel relationship*.

Persamaan umumnya:

$$\eta = \Gamma \xi + \zeta$$

$$\eta = B\eta + \Gamma \xi + \zeta$$

$$\eta = B\eta + \zeta$$

2. CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) sebagai *Measurement Model* (Model Pengukuran) terdiri dari dua jenis pengukuran:

- i. Model pengukuran untuk variabel *eksogen* (variabel bebas)

Persamaan umumnya :

$$X = \Lambda_x \xi + \delta$$

- ii. Model pengukuran untuk variabel *endogen* (variabel terikat)

$$Y = \Lambda_y \eta + \varepsilon$$

Persamaan diatas digunakan dengan asumsi :

1. ζ tidak berkorelasi dengan ξ
2. ε tidak berkorelasi dengan η
3. δ tidak berkorelasi dengan ξ
4. $\zeta, \varepsilon, \delta$ tidak saling berkorelasi (*mutually uncorrelated*)
5. $\Gamma - B$ adalah non singular

Notasi-notasi itu memiliki arti sebagai berikut:

y = vektor variabel endogen yang dapat diamati

x = vektor variabel eksogen yang dapat diamati

η = vektor random dari variabel laten endogen

ξ = vektor random dari variabel laten eksogen

ε = vektor kekeliruan pengukuran dalam y

δ = vektor kekeliruan pengukuran dalam x

Λ_y = matriks koefisien regresi y atas η

Λ_x = matriks koefisien regresi x atas ξ

Γ = matriks koefisien variabel ξ dalam persamaan struktural

B = matriks koefisien variabel η dalam persamaan struktural

ζ = vektor kekeliruan persamaan dalam hubungan structural antara η dan ξ

Dari angka-angka pengolahan data terlihat jelas bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk model pengukuran adalah valid. Faktor standar harus lebih dari 0,5, dan t harus $> 1,96$, agar indikator dapat digunakan. Kuantitas reliabilitas konstruk dan varians yang dipulihkan memberikan wawasan tentang kekokohan komposit variabel konstruk dari metodologi pengukuran yang digunakan. Jika nilai construct reliability $> 0,7$ dan nilai variance extract $> 0,5$ maka konstruk tersebut reliabel. Persamaan yang diekstrak untuk reliabilitas dan varian konstruk adalah sebagai berikut:

$$\text{Construct reliability} = [(\sum \text{std.loading})^2] / [(\sum \text{std.loading})^2 + \sum \epsilon_j]$$

$$\text{Variance extracted} = \sum \text{std.loading}^2 / [\sum \text{std.loading}^2 + \sum \epsilon_j]$$

Dalam analisis SEM, Ferdinand (2002) menguraikan prosedur pengolahan dan analisis data:

1. Pengembangan Berbasis Teori

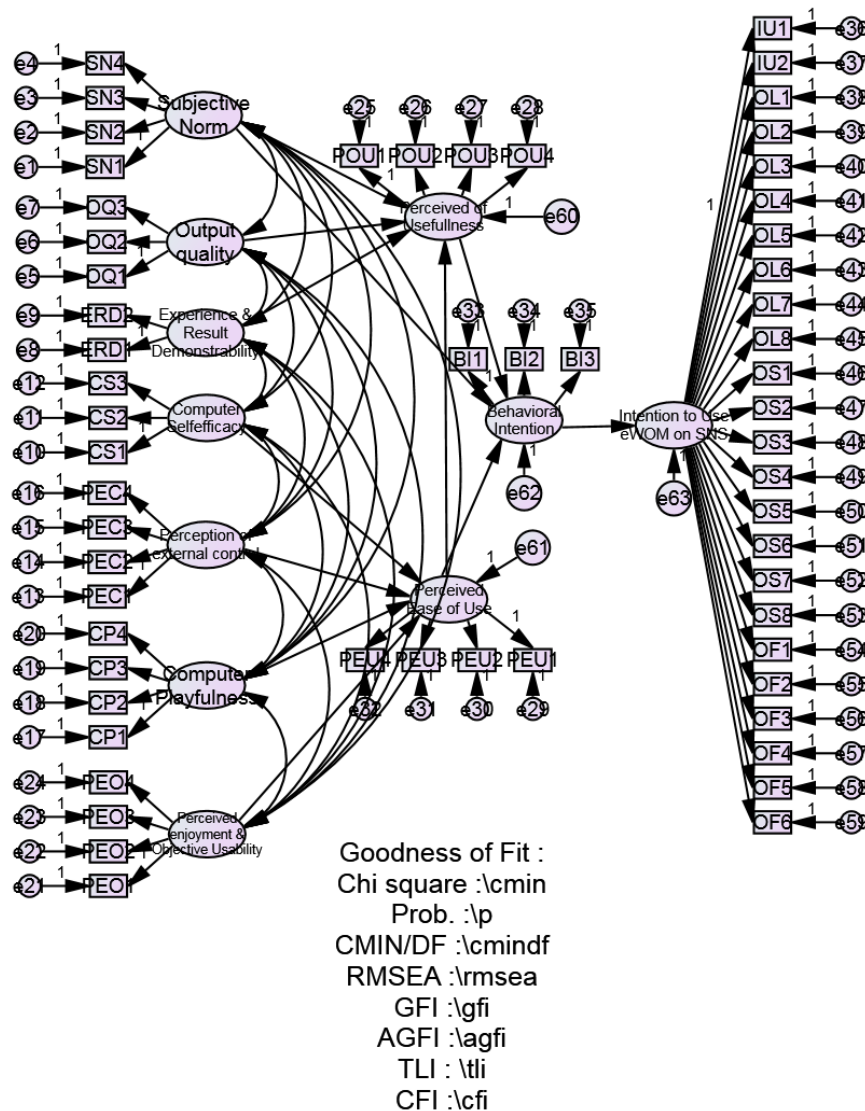
Untuk mendapatkan dukungan terhadap model berbasis teori, perlu dilakukan serangkaian eksploitasi ilmiah melalui kajian literatur selama fase pengembangan berbasis teori. Alih-alih membuat model, SEM digunakan untuk memberikan dukungan empiris untuk kemajuan teoretis.

2. Pengembangan *Path Diagram*

Untuk lebih memahami hubungan sebab akibat yang ingin Anda uji, diagram jalur akan digunakan untuk menggambarkan pembangunan berbasis teori yang dibangun pada tahap pertama. Diagram jalur akan menggunakan panah untuk menunjukkan bagaimana berbagai komponen berhubungan satu sama lain. Hubungan langsung antar elemen diwakili oleh panah lurus. Dua kelompok objek yang dibangun diagram jalur diwakili oleh garis lengkung di antara mereka dan panah di ujungnya.

- a. Terlepas dari faktor lain dalam model, konstruksi eksogen dapat dianggap sebagai sumber informasi. Struktur yang ditunjukkan oleh garis satu ujung panah adalah struktur eksogen.
- b. Faktor yang dapat diprediksi oleh satu atau lebih model internal. Hubungan sebab akibat antara struktur eksogen dan struktur endogen tidak mungkin terjadi, meskipun konstruk endogen dapat memprediksi

konstruk endogen lainnya. Proses produksi gambar untuk model penelitian menghasilkan hasil sebagai berikut:



Gambar 3.2 Kerangka Model Penelitian

3. Konversi *Path Diagram* ke dalam persamaan

Persamaan yang diperoleh dari path diagram yang dikonversikan:

- a. Untuk menggambarkan hubungan antara variabel, persamaan struktural dikembangkan.

$$V \text{ endogen} = V \text{ eksogen} + V \text{ endogen} + \text{Error}$$

- b. Menentukan variabel terukur konstruk dan satu set matriks korelasi untuk menguji hubungan yang dihipotesiskan memerlukan definisi persamaan model pengukuran (model pengukuran). Semua hipotesis model diuji setelah komponen ukuran telah mengisolasi variabel laten, dan komponen

struktural telah mengevaluasi hubungan kausal yang dihipotesiskan antara variabel laten.

4. Memilih matriks input dan estimasi model

SEM hanya membutuhkan matriks varians/kovarians atau matriks korelasi sebagai input data untuk melakukan estimasi. SEM menggunakan matriks kovarians untuk membangun perbandingan yang bermakna antara populasi atau sampel, sesuatu yang tidak dapat dicapai oleh korelasi. Rambut dkk. (2010) menyarankan penggunaan matriks varians/kovarians untuk menguji teori karena lebih memenuhi persyaratan metodologis, yang mengarah ke perkiraan yang lebih tepat untuk kesalahan standar yang dilaporkan. Ukuran sampel 100-200 digunakan untuk SEM. Untuk setiap parameter yang diestimasi, diperlukan minimal 5 pengamatan. Jika ada 20 parameter yang diestimasi, maka 100 sampel adalah jumlah minimum.

5. Kemungkinan munculnya masalah identifikasi

Tantangan identifikasi berasal dari fakta bahwa model yang dibuat tidak dapat secara andal menghasilkan estimasi independen. Menambahkan konstruksi ekstra ke model mungkin diperlukan jika masalah identifikasi muncul di setiap estimasi.

6. Evaluasi kriteria *goodness of fit*

Pada titik ini, kriteria kecocokan yang baik ditinjau untuk menentukan apakah model lolos pengujian. Beberapa indeks kesesuaian dan nilai ambang untuk menerima atau menolak model dibahas di bawah ini.

a. *Chi-Square* dan probabilitas.

Jika kondisi normalitas data terpenuhi dan ukuran sampel besar, maka nilai chi-square ini menunjukkan ketidaksesuaian antara matriks kovarians sampel dan matriks kovarians model (fitted). Jika nilai chi-square tinggi, berarti model tidak cocok dengan data; jika rendah, berarti model tersebut sangat cocok dengan data. Jika Anda mengambil norma statistik chi-kuadrat dan membaginya dengan jumlah derajat kebebasan dalam model Anda, Anda dapat menentukan apakah model tersebut cocok atau tidak.

Jika nilai chi-kuadrat signifikan (kurang dari α), maka data empiris yang diamati berbeda dari teori berdasarkan SEM, dan nilai P mencerminkan

kemungkinan menghasilkan penyimpangan yang begitu besar. Sementara nilai probabilitas nol menunjukkan bahwa data empiris konsisten dengan model, hal ini diharapkan. Namun, nilai probabilitas chi-kuadrat memiliki masalah validitas inheren bahwa perbedaan antara teori dan bukti sangat sensitif terhadap ukuran sampel. Uji chi-square akan mengungkapkan bahwa data berbeda secara signifikan dengan teori yang dihasilkan jika ukuran sampelnya besar, tetapi tidak akan menunjukkan perbedaan jika ukuran sampelnya kecil.

Sebagai rumus dari Uji *Chi Square* yaitu :

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Keterangan:

O = frekuensi hasil observasi

E = frekuensi yang diharapkan.

Nilai E = (Jumlah sebaris x Jumlah Sekolom) / Jumlah data

b. *Root Mean Square Error of Appoaximation* (RMSEA).

RMSEA adalah indikator pengukuran kecocokan model yang paling berguna karena menilai penyimpangan nilai parameter dalam model dengan matriks kovarians populasi. Kecocokan terbaik ditunjukkan oleh nilai RMSEA di bawah 0,05, sedangkan nilai 0,08 atau lebih rendah dianggap dapat diterima. Sedangkan nilai RMSEA > 0,1 model fit yang buruk. Ketepatan estimasi RMSEA dapat dievaluasi menggunakan interval kepercayaan, yang lebih sempit menyiratkan estimasi yang baik. Akan tetapi, jika RMSEA kurang dari 0,05, probabilitas kecocokan ketat model > 0,05, seperti yang ditunjukkan oleh nilai P untuk pengujian.

c. *Fit Index*

Untuk memperbaiki kecenderungan Normed Fit Index (NFI) untuk mengurangi kecocokan model pada ukuran sampel yang kecil, Comparative Fit Index (CFI) dikembangkan sebagai metode alternatif untuk menentukan kecocokan model. Nilai NFI dan CFI, yang dihasilkan dengan mengkontraskan model yang dihipotesiskan dengan model independensi, dapat mengambil nilai dari 0 - 1. Jika NFI dan CFI > 0,9,

maka model dianggap fit. Karena sifatnya yang non-normed, nilai Non-Normed Fit Index (NNFI) bisa jadi lebih dari 1 sehingga sulit untuk diinterpretasikan. Namun demikian, NNFI berguna untuk menyelesaikan masalah yang berkembang sebagai akibat dari kompleksitas suatu model. Untuk mengatasi masalah kekikiran dan ukuran sampel yang mengganggu NFI, para peneliti telah beralih ke Indeks Kecocokan tambahan (IFI). Indikator batas kecocokan (IFI) adalah 0,9.

d. *Goodness of Fit Index (GFI).*

GFI mengevaluasi seberapa baik model mereproduksi matriks kovarian yang diamati. Meskipun nilai GFI negatif secara teoritis layak, itu tidak boleh terjadi karena mewakili model yang paling buruk dan karenanya harus dihindari. Jika GFI lebih baik dari 0,9, model dianggap memiliki kecocokan yang baik.

e. *Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)*

Tujuan AGFI dan GFI adalah sama, namun AGFI memperhitungkan dampak derajat kebebasan model dengan cara yang sedikit berbeda. Jika skor AGFI lebih dari 0,9, model memberikan kesesuaian yang memuaskan. Parsimony Goodness of Fit (PGFI) adalah alternatif untuk GFI dan AGFI yang memperhitungkan dampak derajat kebebasan dan kompleksitas data. Skor PGFI di atas 0,6 menunjukkan model yang kuat.

7. Interpretasi dan modifikasi model

Ketika model gagal lulus tes, langkah selanjutnya adalah menginterpretasikan hasil dan melakukan penyesuaian. Banyaknya residual yang dibuat oleh suatu model dapat dijadikan acuan dalam menentukan perlu atau tidaknya dilakukan penyesuaian terhadap model, seperti yang dikemukakan oleh Hair et al. (2010). Jika jumlah residual yang dihasilkan model melebihi ambang batas, maka penyesuaian harus dilakukan. Jalur baru dapat ditambahkan pada model yang diestimasi jika ditentukan bahwa nilai residual yang dihasilkan oleh model sangat besar ($> 2,58$). Untuk dianggap signifikan secara statistik pada tingkat 5%, nilai sisa harus $> 2,58$.

Di bawah ini merupakan indeks pengujian kelayakan model yang diteliti seperti dijelaskan pada Tabel 3.19 dibawah ini:

Tabel 3.19
Goodness If Fit Index (Indeks Pengujian Kelayakan Model)

| <i>Goodness If Fit Index</i> | <i>Cut Off Value</i> |
|------------------------------|-----------------------------|
| X ² -chi-Square | < sf dengan $\alpha = 0,05$ |
| Significancy Probability | $\geq 0,05$ |
| RMSE | $\leq 0,08$ |
| GFI | $\geq 0,09$ |
| AGFI | $\geq 0,09$ |
| CMIN/DF | $\leq 2,00$ |
| TLI | $\geq 0,95$ |
| CFI | $\geq 0,95$ |

Sumber: Ferdinand (2002)

3.4.2.3 Model Estimation

Menguji pentingnya parameter yang diestimasi mengikuti pembuatan model yang baik melalui banyak uji kecocokan. Jika nilai t yang ditentukan < nilai krusial (nilai tabel pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$ dengan nilai t 1,96), maka estimasi parameter signifikan.

3.4.2.4 Model Evaluation

Dalam pemodelan persamaan struktural, tahap selanjutnya adalah interpretasi jika model memuaskan, dan penyempurnaan iteratif jika model tidak memadai. Mengubah model biasanya berarti membuatnya lebih sesuai dengan data. Memodifikasi model melibatkan baik menghapus atau membangun koneksi antara entitas. Jika nilai absolut dari standardized residual lebih dari 2,58, berarti model harus diperbaiki.

3.4.2.5 Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran melibatkan proses penilaian terhadap mutu, ketepatan, dan kehandalan suatu model atau teknik yang diterapkan dalam melaksanakan pengukuran di berbagai sektor, termasuk dalam ilmu pengetahuan, teknik, bisnis, dan bidang lainnya. Fokus utama dari evaluasi model pengukuran adalah memverifikasi bahwa model atau metode yang digunakan mampu memberikan hasil yang akurat, konsisten, dan dapat diandalkan saat melakukan pengukuran.

Sejumlah langkah umum yang dapat diambil dalam evaluasi model pengukuran mencakup:

1. Validitas: Penilaian terhadap apakah model pengukuran efektif dalam mengukur variabel atau konsep yang dimaksud. Aspek-aspek validitas meliputi validitas isi (representasi lengkap konsep), validitas konstruk (kemampuan mengukur konsep), dan validitas kriteria (hubungan dengan variabel terkait).
2. Reliabilitas: Pengukuran sejauh mana konsistensi dan keandalan model pengukuran dalam memberikan hasil yang sama jika diulang dalam kondisi serupa. Reliabilitas diuji melalui metode seperti uji ulang (test-retest), konsistensi internal (Cronbach's alpha), dan lainnya.
3. Akurasi: Penilaian seberapa tepat model pengukuran dalam mengukur nilai aktual dari variabel yang diukur. Umumnya melibatkan perbandingan hasil pengukuran dengan standar referensi atau metode yang sudah teruji akurat.
4. Sensitivitas dan Spesifisitas: Penilaian kemampuan model pengukuran untuk mendeteksi keberadaan (sensitivitas) dan ketiadaan (spesifisitas) karakteristik atau peristiwa tertentu.
5. Bias: Pemeriksaan terhadap apakah model pengukuran memiliki bias sistematis yang dapat memengaruhi hasil pengukuran. Bias dapat muncul dalam berbagai bentuk, termasuk bias pengamatan atau bias instrumen.
6. Stabilitas: Pengamatan terhadap stabilitas model pengukuran dalam menghasilkan hasil yang konsisten dari waktu ke waktu atau dalam berbagai kondisi.
7. Efisiensi: Penilaian sejauh mana efisiensi model pengukuran dalam hal waktu, biaya, atau sumber daya lain yang dibutuhkan dalam melaksanakan pengukuran.
8. Uji Validitas dan Reliabilitas: Penggunaan teknik statistik untuk menguji validitas dan reliabilitas model pengukuran. Ini dapat melibatkan analisis faktor, analisis korelasi, dan uji stabilitas.
9. Konsistensi Internal: Penerapan teknik statistik untuk memeriksa sejauh mana item-item dalam instrumen pengukuran berkaitan dan mampu mengukur konsep yang sama.

10. Perbandingan dengan Model Lain: Komparasi model pengukuran yang dievaluasi dengan model lain yang sudah ada atau diakui sebagai standar dalam bidang yang sama.

Evaluasi model pengukuran memiliki peranan penting dalam memastikan bahwa pengukuran yang dilakukan memiliki mutu yang tinggi dan dapat diandalkan dalam proses pengumpulan data dan analisis dalam beragam situasi.

3.4.2.6 Evaluasi Model Struktural

Evaluasi model struktural melibatkan suatu proses yang bertujuan untuk menilai kesesuaian antara model teoritis atau konseptual dengan data empiris yang diperoleh dari pengumpulan data. Model struktural ini sering digunakan dalam analisis statistik dan bidang ilmu sosial guna menguji hubungan antara berbagai variabel yang terlibat dalam suatu konsep atau teori.

Dalam konteks evaluasi model struktural, beberapa langkah umum yang biasanya dilakukan meliputi:

1. Penyusunan Model: Menentukan model teoritis atau konseptual yang menggambarkan hubungan antara berbagai variabel yang ingin diuji. Model ini dapat berupa persamaan struktural, diagram jalur, atau representasi matematis lainnya.
2. Pengumpulan Data: Mengumpulkan data empiris yang diperlukan untuk menguji model struktural tersebut. Data ini bisa berupa hasil survei, observasi, atau sumber data lain yang relevan.
3. Estimasi Parameter: Menggunakan metode statistik, seperti analisis regresi atau analisis persamaan struktural, untuk mengestimasi parameter dalam model. Tujuannya adalah untuk menilai sejauh mana model teoritis cocok dengan data empiris yang ada.
4. Uji Kesesuaian Model: Melakukan uji statistik untuk menilai sejauh mana model yang diajukan sesuai dengan data empiris. Uji ini melibatkan perbandingan antara model yang diperkirakan dengan data yang telah diamati.
5. Uji Hipotesis: Melakukan uji hipotesis statistik untuk menguji hubungan antara variabel-variabel dalam model. Pendekatan ini bisa melibatkan

pengujian signifikansi parameter, perbandingan model, atau uji lain yang relevan tergantung pada kerangka teoritis yang digunakan.

6. Penyesuaian Model: Jika model awal tidak sesuai dengan data empiris, kemungkinan perlu dilakukan penyesuaian pada model tersebut. Hal ini dapat berupa modifikasi struktur model, penambahan atau pengurangan variabel, atau penerapan teknik lain untuk meningkatkan kesesuaian model dengan data.
7. Validasi Silang: Melakukan validasi silang (cross-validation) atau uji pemisahan sampel (split-sample testing) untuk mengonfirmasi hasil dari analisis model struktural.
8. Interpretasi Hasil: Setelah model struktural dievaluasi dan disesuaikan, hasilnya perlu diartikan dalam konteks teori yang ada. Interpretasi ini membantu merumuskan kesimpulan dan implikasi temuan.
9. Penyusunan Laporan dan Publikasi: Menyusun laporan atau artikel ilmiah yang merangkum langkah-langkah yang diambil, hasil analisis model struktural, serta interpretasi dan implikasinya.

Evaluasi model struktural memiliki peran penting dalam menguji validitas teori atau konsep dalam kerangka data empiris. Hal ini memungkinkan para peneliti untuk memahami sejauh mana model yang diusulkan sesuai dengan data yang telah diperoleh, serta mengidentifikasi hubungan yang signifikan antara variabel-variabel yang dianalisis.

3.4.3 Moderated Regression Analysis

Analisis Regresi Termoderasi, yang juga dikenal sebagai *Moderated Regression Analysis*, merupakan suatu pendekatan statistik yang digunakan untuk memperoleh pemahaman tentang cara di mana suatu variabel moderator dapat mempengaruhi atau mengubah hubungan antara dua variabel lainnya, yaitu variabel independen dan variabel dependen, dalam sebuah model regresi. Dalam analisis ini, variabel moderator berperan sebagai faktor yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi kekuatan maupun arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Dalam konteks analisis regresi termoderasi, beberapa tahapan umum yang biasanya dilakukan meliputi:

1. **Penggagas Model:** Menentukan konfigurasi model regresi yang mencakup variabel independen, variabel moderator, dan variabel dependen. Model ini dapat berbentuk persamaan regresi linear atau model regresi lainnya.
2. **Perolehan Data:** Mengumpulkan data empiris yang diperlukan untuk menjalankan analisis regresi termoderasi. Data ini harus mencakup nilai-nilai variabel independen, variabel moderator, dan variabel dependen untuk setiap pengamatan.
3. **Estimasi Parameter:** Menerapkan metode statistik guna mengevaluasi parameter-parameter dalam model regresi termoderasi. Langkah ini melibatkan perhitungan koefisien regresi bagi variabel independen, variabel moderator, dan juga interaksi antara variabel independen serta moderator.
4. **Uji Interaksi:** Melaksanakan pengujian statistik untuk mengevaluasi signifikansi interaksi antara variabel independen dan variabel moderator. Hasil uji ini akan mengindikasikan apakah variabel moderator memiliki pengaruh terhadap hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.
5. **Interpretasi Hasil:** Menafsirkan hasil analisis guna memahami sejauh mana variabel moderator memengaruhi atau mengubah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam beberapa kasus, ini bisa mengartikan bahwa efek variabel independen dapat berubah tergantung pada tingkat atau situasi variabel moderator.
6. **Eksplorasi Lanjutan:** Apabila interaksi moderator signifikan, langkah analisis lebih jauh dapat ditempuh untuk memahami secara mendalam bagaimana efek-efek ini bekerja dalam skenario tertentu.

Analisis regresi termoderasi memegang peranan penting dalam memberikan wawasan lebih mendalam tentang bagaimana dan kapan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat berubah-ubah berdasarkan kondisi yang ada. Pendekatan ini mendukung para peneliti dalam memahami kompleksitas hubungan antar variabel dalam konteks dunia nyata.

3.4.4 Pengujian Hipotesis

3.4.4.1 Hipotesis 1: Pengaruh BI terhadap ITU

Dalam konteks ini, hipotesis yang diusulkan menyatakan bahwa adanya keterkaitan antara *Behavioral Intention* dengan *Intention To Use eWOM on SNS*. Inti dari hipotesis ini adalah bahwa semakin tinggi niat perilaku seseorang terhadap suatu produk atau layanan, semakin besar kemungkinan bahwa individu tersebut akan cenderung menggunakan *eWOM (Electronic Word of Mouth)* sebagai sumber informasi atau rekomendasi terkait produk atau layanan tersebut.

3.4.4.2 Hipotesis 2: Pengaruh POU terhadap BI

Hipotesis ini berpendapat bahwa terdapat kaitan antara pandangan individu mengenai sejauh mana suatu produk atau layanan bermanfaat (*perceived usefulness*) dengan keinginan perilaku mereka terhadap produk atau layanan tersebut. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat pandangan positif individu terhadap manfaat suatu produk atau layanan, semakin besar kemungkinan bahwa individu tersebut akan bersedia melibatkan diri dalam perilaku terkait produk atau layanan tersebut.

3.4.4.3 Hipotesis 3: Pengaruh SN terhadap BI

Dalam konteks hipotesis ini, diasumsikan bahwa norma subjektif (*subjective norm*) memiliki dampak terhadap niat perilaku individu. Artinya, jika individu merasa terpengaruh oleh norma dan harapan sosial yang berlaku terhadap suatu perilaku tertentu, maka ada kemungkinan besar bahwa individu tersebut akan cenderung memiliki keinginan untuk melakukan perilaku tersebut.

3.4.4.4 Hipotesis 4: Pengaruh PEU terhadap BI

Dalam kerangka hipotesis ini, dianggap bahwa ada pengaruh antara pandangan mengenai kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) suatu produk atau layanan dengan keinginan perilaku individu terhadap produk atau layanan tersebut. Secara sederhana, semakin tinggi tingkat pandangan bahwa penggunaan produk atau layanan itu mudah menurut persepsi individu, semakin besar peluang bahwa individu tersebut akan memiliki niat untuk melaksanakan perilaku yang berkaitan dengan produk atau layanan tersebut.

3.4.4.5 Hipotesis 5: Pengaruh SN terhadap POU

Dalam konteks hipotesis ini, diasumsikan bahwa norma subjektif (*subjective norm*) mempengaruhi pandangan mengenai sejauh mana suatu produk atau layanan bermanfaat (*perceived usefulness*). Dengan kata lain, jika individu merasa dipengaruhi secara signifikan oleh norma dan harapan sosial yang terkait dengan produk atau layanan, maka kemungkinan besar pandangan mereka terhadap kemanfaatan produk atau layanan tersebut akan mengalami peningkatan.

3.4.4.6 Hipotesis 6: Pengaruh PEU terhadap POU

Dalam konteks hipotesis ini, dianggap bahwa adanya dampak dari persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) suatu produk atau layanan. Artinya, semakin tinggi tingkat pandangan individu bahwa penggunaan produk atau layanan itu mudah, semakin besar peluang individu tersebut akan memiliki pandangan positif mengenai manfaat yang diberikan oleh produk atau layanan tersebut.

3.4.4.7 Hipotesis 7: Pengaruh OQ terhadap POU

Dalam konteks hipotesis ini, dianggap bahwa terdapat dampak dari kualitas output suatu produk atau layanan (*output quality*) terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) produk atau layanan tersebut. Artinya, semakin tinggi tingkat kualitas output yang dirasakan oleh individu terkait produk atau layanan, semakin besar kemungkinan individu tersebut akan memiliki pandangan positif mengenai manfaat yang diberikan oleh produk atau layanan tersebut.

3.4.4.8 Hipotesis 8: Pengaruh ERD terhadap PEU

Dalam kerangka hipotesis ini, diasumsikan bahwa ada dampak dari tingkat pengalaman individu (*experience*) dan kemampuan untuk memperlihatkan hasil (*result demonstrability*) terhadap persepsi mengenai kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Dengan kata lain, semakin berpengalaman individu dalam menggunakan produk atau layanan tertentu dan semakin mudah bagi mereka untuk memperlihatkan hasil dari penggunaan tersebut, semakin besar peluang bahwa individu akan memiliki pandangan yang positif terhadap kemudahan penggunaan produk atau layanan tersebut.

3.4.4.9 Hipotesis 9: Pengaruh CS terhadap PEU

Dalam kerangka hipotesis ini, dianggap bahwa terdapat pengaruh dari tingkat efikasi diri individu dalam menggunakan komputer (*computer self-efficacy*) terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Artinya, semakin tinggi tingkat keyakinan individu dalam kemampuannya menggunakan komputer, semakin besar peluang bahwa individu tersebut akan memiliki pandangan positif terkait kemudahan penggunaan produk atau layanan yang melibatkan penggunaan teknologi komputer.

3.4.4.10 Hipotesis 10: Pengaruh PEC terhadap PEU

Dalam kerangka hipotesis ini, dianggap bahwa adanya dampak dari persepsi eksternal (*perceptions of external*) terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Dengan kata lain, pandangan individu tentang bagaimana faktor-faktor eksternal tertentu mempengaruhi dapat memengaruhi pandangan mereka mengenai sejauh mana suatu produk atau layanan mudah digunakan.

3.4.4.11 Hipotesis 11: Pengaruh CP terhadap PEU

Dalam kerangka hipotesis ini, dianggap bahwa terdapat dampak dari tingkat kebermanian individu dengan komputer (*computer playfulness*) terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Artinya, semakin tinggi tingkat kebermanian individu dengan komputer, semakin besar kemungkinan bahwa individu tersebut akan memiliki pandangan positif mengenai kemudahan penggunaan produk atau layanan yang melibatkan interaksi dengan teknologi komputer.

3.4.4.12 Hipotesis 12: Pengaruh PEO terhadap PEU

Dalam kerangka hipotesis ini, dianggap bahwa terdapat pengaruh dari tingkat kesenangan yang dirasakan (*perceived enjoyment*) dan kegunaan objektif (*objective usability*) terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Artinya, semakin besar tingkat kesenangan yang dirasakan oleh individu dan semakin tinggi tingkat kegunaan objektif suatu produk atau layanan, semakin besar peluang bahwa individu tersebut akan memiliki pandangan positif terkait dengan kemudahan penggunaan produk atau layanan tersebut.