

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah fenomena atau masalah penelitian telah diabstraksi menjadi suatu konsep atau variabel (Arikunto, 2013). Penelitian ini ditujukan meneliti mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap *electronic word of mouth* (E-WOM) melalui *e-satisfaction* pada pengguna media *over the top* (OTT) Netflix. Penelitian ini menggunakan tiga variabel, dengan rincian variabel bebas (independen) yaitu *e-service quality* (X), melalui penggunaan dimensi *content quality, navigation, management system, customer service, system reliability*, dan *connection quality*, variabel terikat (dependen) yaitu *electronic word of mouth* (Y) dengan dimensinya meliputi *content, opinion*, dan *intensity*, serta variabel intervening (Z) *e-satisfaction* melalui dimensi *ease of use, usefulness* dan *attitude*. Dengan variabel dan dimensi penelitian yang telah diuraikan, penelitian ini mengacu pada unit analisis sebagai responden penelitian yaitu pengguna media *over the top* (OTT) Netflix yang tergabung dalam komunitas Twitter Netflix Indonesia sebanyak 20.045 pengikut (Data diambil dari akun grup Netflix Indonesia melalui tautan <https://x.com/i/communities/1496680280295280643> pada Rabu, 22 November 2023 pukul 08.00 WIB).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Penelitian kuantitatif dipilih dikarenakan dituntut untuk menggunakan angka, dimulai dari pengumpulan data, interpretasi data hingga pemaparan hasilnya (Arikunto, 2013). Penggunaan metode pada penelitian ini yaitu metode *cross sectional* pada tahun 2023, dimana *cross sectional* adalah jenis metode penelitian dengan menggunakan responden tunggal dalam satu waktu penelitian tertentu (Rindfleisch et al., 2008). Penjelasan lain oleh Bougie & Sekaran (2013) dalam (Zaheer & Munir, 2020) bahwa metode penelitian *cross sectional* merupakan metode pengumpulan data dilakukan hanya sekali dalam kurun waktu tertentu, mungkin selama beberapa hari, minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sementara penelitian ini dilakukan pada November 2023.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah adalah suatu metode penelitian dilakukan untuk membuat gambaran atau mendeskripsikan suatu keadaan secara objektif (Notoatmodjo, 2010 dalam Arisdiani & Livana, 2016). Masalah deskriptif merupakan masalah yang diteliti dalam penelitian tipe deskriptif. Penelitian tipe deskriptif meliputi pengumpulan data agar dapat menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir, baik karakteristik maupun frekuensi dari subjek yang dipelajari. Masalah deskriptif adalah berhubungan masalah dengan atau mempertanyakan status satu gejala atau variabel. Ada dua jenis status masalah deskriptif, yakni berhubungan dengan karakteristik dan berhubungan dengan frekuensi dari suatu populasi atau gejala (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh gambaran mengenai pandangan responden tentang *e-service quality*, *e-satisfaction* dan E-WOM pada pengguna Netflix.

Teknik analisis data dalam hal ini penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Analisis deskriptif digunakan untuk mencari kekuatan hubungan antar variabel melalui analisis korelasi dan perbandingan dengan data rata-rata membandingkan sampel atau populasi tanpa perlu menguji signifikansi (Sugiyono, 2015). Metode penelitian ini menggunakan *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. *Explanatory research* adalah penelitian dengan maksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel diteliti dan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya (Hertina & Hidayat, 2018). Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan verifikatif.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel digunakan untuk menjelaskan dimensi dari masing-masing variabel agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variabel dengan lainnya dan pengukurannya. Operasionalisasi variabel akan mempermudah dalam menentukan pengukuran hubungan antar variabel masih bersifat konseptual.

Penelitian akan dilakukan menggunakan tiga variabel, yaitu satu variabel bebas, satu variabel mediasi dan satu variabel terikat, diantaranya:

1. Variabel bebas (independen) yaitu *e-service quality* (X) dengan penggunaan dimensi *content quality*, *navigation*, *management system*, *customer service*, *system reliability*, dan *connection quality*.
2. Variabel terikat (dependen) yaitu *electronic word of mouth* (Y) dengan dimensinya meliputi *intensity*, *opinion*, dan *content*.
3. Variabel mediasi yaitu *e-satisfaction* (Z) dengan dimensi *ease of use*, *usefulness* dan *attitude*.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

| Variabel/ Subvariabel | Konsep Variabel/ Subvariabel/ Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|--------------------------|---|----------------------------|--|----------|-------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| <i>E-Service Quality</i> | <i>E-Service Quality</i> didefinisikan sebagai kemampuan sebuah aplikasi dapat memberikan pelayanan dan memfasilitasi pengguna secara efisien dan efektif (Kuo et al., 2009). | | Tingkat kualitas layanan pada penawaran <i>content video streaming</i> sesuai dengan preferensi | Interval | 1 |
| <i>Content Quality</i> | <i>Quality content</i> merupakan performa <i>content</i> dengan kualitas tertinggi serta kemampuan menawarkan berbagai jenis <i>content</i> untuk memenuhi preferensi pengguna yang beragam (Kuo et al., 2009). | <i>Appropriate content</i> | Tingkat kualitas layanan Netflix memperbarui <i>content video streaming</i> | Interval | 2 |
| | | <i>Updated content</i> | Tingkat kualitas layanan Netflix menyediakan pilihan <i>content video streaming</i> | Interval | 3 |
| | | <i>Content provided</i> | Tingkat kualitas layanan Netflix menyajikan <i>content video streaming</i> dalam beberapa pilihan <i>genre</i> | Interval | 4 |
| | | <i>Complete content</i> | | | |
| <i>Navigation</i> | <i>Navigation</i> adalah proses yang memfasilitasi pengguna dapat menemukan konten, menjelajahi menu, | <i>Easily use</i> | Tingkat kualitas layanan Netflix terhadap kemudahan penggunaan aplikasi | Interval | 5 |

| Variabel/ Subvariabel | Konsep Variabel/ Subvariabel/ Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|--------------------------|--|--------------------------------|--|----------|-------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | fitur dan kategori yang tersedia serta penggunaan aplikasi secara umum (Kuo et al., 2009) | <i>Displayed service</i> | Tingkat kualitas layanan Netflix terhadap penggunaan fitur yang ditampilkan aplikasi Netflix | Interval | 6 |
| | | <i>Navigation layout</i> | Tingkat kualitas layanan struktur keseluruhan dari tata letak navigasi dalam aplikasi Netflix | Interval | 7 |
| | | <i>Homepage service</i> | Tingkat kualitas layanan menu beranda (<i>home page</i>) Netflix menyajikan informasi tertentu | Interval | 8 |
| <i>Management System</i> | <i>Management system</i> merupakan truktur atau metode yang digunakan untuk mengelola suatu proses atau layanan (Kuo et al., 2009). | <i>Diversified service</i> | Tingkat kualitas layanan sistem manajemen Netflix menawarkan beragam layanan | Interval | 9 |
| | | <i>Multiple tariff options</i> | Tingkat kualitas layanan sistem menyediakan beberapa pilihan tarif berlangganan | Interval | 10 |
| | | <i>Post-services</i> | Tingkat kualitas layanan menyediakan layanan setelah pembelian produk | Interval | 11 |
| <i>Customer Service</i> | <i>Customer service</i> merupakan dukungan berkaitan dengan bantuan teknis yang disediakan aplikasi untuk pengguna (Kuo et al., 2009). | <i>Cope problem</i> | Tingkat kualitas layanan aplikasi mengatasi permasalahan pengguna | Interval | 12 |
| | | <i>FAQ service</i> | Tingkat kualitas layanan respon aplikasi dalam memberikan pelayanan berupa bantuan teknis | Interval | 13 |
| | | <i>Friendly attitude</i> | Tingkat kualitas aplikasi Netflix dalam memberikan pelayanan | Interval | 14 |

| Variabel/ Subvariabel | Konsep Variabel/ Subvariabel/ Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|---------------------------|---|-----------------------------|--|----------|-------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| <i>System Reliability</i> | <i>System reliability</i> adalah kemampuan sistem untuk tetap beroperasi secara konsisten dalam menyediakan layanan kepada pengguna (Kuo et al., 2009). | <i>Service system</i> | Tingkat kualitas layanan sistem mampu memelihara pelayanan secara konsisten | Interval | 15 |
| | | <i>Effective link</i> | Tingkat kualitas layanan sistem mampu menyediakan fitur-fitur pada aplikasi | Interval | 16 |
| <i>Connection Quality</i> | <i>Connection quality</i> adalah kemampuan koneksi internet yang digunakan oleh pengguna untuk mengakses aplikasi (Kuo et al., 2009). | <i>Time to load</i> | Tingkat kualitas layanan sistem dapat dengan cepat setelah pengguna mengakses aplikasi | Interval | 17 |
| | | <i>Instantly react</i> | Tingkat kualitas layanan sistem dapat merespon saat digunakan | Interval | 18 |
| <i>E-Satisfaction</i> | <i>E-satisfaction</i> diartikan sebagai sikap dalam niat penggunaan berkelanjutan dan nilai pada kecenderungan individu dan pengaruh sosial pengguna sesuai kebutuhan dan keinginannya (Bugumbe, 2010). | | | | |
| <i>Ease of Use</i> | Persepsi terhadap kemudahan dalam menggunakan sistem atau teknologi (Bugumbe, 2010). | <i>Ease to Use</i> | Tingkat kepuasan terhadap kemudahan aplikasi saat digunakan | Interval | 19 |
| | | <i>Ease to read</i> | Tingkat kepuasan terhadap kemudahan pengguna menemukan informasi pada aplikasi | Interval | 20 |
| | | <i>Understandable terms</i> | Tingkat kepuasan terhadap kemudahan memahami istilah yang disampaikan pada aplikasi | Interval | 21 |
| | | <i>Ease to understand</i> | Tingkat kepuasan terhadap kemudahan memahami informasi petunjuk | Interval | 22 |

| Variabel/ Subvariabel | Konsep Variabel/ Subvariabel/ Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item | | |
|--------------------------|--|----------------------------------|--|---|-------------|----------|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| <i>Usefulness</i> | Persepsi terhadap kemampuan menggunakan teknologi dalam meningkatkan kinerja pekerjaan sehingga berdampak pada penerimaan teknologi (Bugumbe, 2010). | <i>Easy to operate</i> | penggunaan aplikasi | Interval | 23 | | |
| | | | Tingkat kepuasan terhadap kemudahan pengoperasian fitur-fitur melalui desain aplikasi | | | | |
| | | <i>Productivity</i> | <i>Quality of work</i> | Tingkat kepuasan terhadap kemampuan penggunaan aplikasi dengan kualitas pengalaman pengguna | Interval | 24 | |
| | | | Tingkat kepuasan terhadap kemampuan aplikasi dapat meningkatkan produktivitas | Interval | | | 25 |
| | | | | | | | |
| <i>Performance</i> | Tingkat kepuasan terhadap performa aplikasi saat digunakan secara keseluruhan | Interval | 27 | | | | |
| <i>Attitude</i> | Perilaku individu yang timbul sebagai respon dari adanya adaptasi teknologi (Bugumbe, 2010). | <i>Individual feelings</i> | Tingkat kepuasan terhadap respon emosional pengguna terhadap pengalaman menggunakan aplikasi | Interval | 28 | | |
| | | <i>Preference for technology</i> | Tingkat kepuasan terhadap aplikasi dalam mengadopsi teknologi terbaru terhadap keseluruhan pengalaman menonton | | | Interval | 29 |

| Variabel/ Subvariabel | Konsep Variabel/ Subvariabel/ Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|--------------------------|--|--|--|----------|-------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | <i>Preference for lifestyle</i> | Tingkat kepuasan terhadap relevansi antara penggunaan teknologi terhadap kesesuaian gaya hidup | Interval | 30 |
| E-WOM | E-WOM didefinisikan komunikasi <i>online</i> tentang pendapat suatu layanan, barang, atau jasa berdasarkan rekomendasi pribadi atau impersonal (Goyette et al., 2010). | | informal yang bersifat nonkomersial | | |
| | | <i>Information of product</i> | Tingkat kesediaan memberikan informasi mengenai produk Netflix di jejaring sosial | Interval | 31 |
| | | <i>Information of service variations</i> | Tingkat kesediaan memberikan informasi mengenai kualitas produk Netflix di jejaring sosial | Interval | 32 |
| <i>Content</i> | Isi informasi dari situs jejaring sosial berkaitan dengan produk dan jasa berupa layanan. (Goyette et al., 2010) | <i>Information of service variations</i> | Tingkat kesediaan memberikan informasi mengenai variasi layanan Netflix | Interval | 33 |
| | | <i>Information from another user</i> | Tingkat kesediaan memberikan informasi mengenai kualitas layanan Netflix | Interval | 34 |
| | | <i>Information from another user</i> | Frekuensi mencari ulasan mengenai produk Netflix di jejaring sosial | Interval | 35 |
| | | <i>Information from another user</i> | Frekuensi mencari ulasan mengenai layanan Netflix di jejaring sosial | Interval | 36 |
| <i>Opinion</i> | Pendapat konsumen mengenai produk, jasa dan merek | <i>Comments</i> | Tingkat kesediaan memberikan | Interval | 37 |

| Variabel/ Subvariabel | Konsep Variabel/ Subvariabel/ Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|--------------------------|--|---|---|----------|-------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | (Goyette et al., 2010) | | penilaian mengenai produk Netflix di jejaring sosial | | |
| | | | Tingkat kesediaan memberikan penilaian mengenai layanan Netflix di jejaring sosial | Interval | 38 |
| | | | Tingkat kesediaan memberikan penilaian mengenai perusahaan Netflix di jejaring sosial | Interval | 39 |
| | | <i>Recommendation</i> | Tingkat kecenderungan memberikan rekomendasi terkait Netflix di situs jejaring sosial | Interval | 40 |
| | | <i>Frequency of accessing information</i> | Frekuensi mencari informasi mengenai Netflix di situs jejaring sosial | Interval | 41 |
| <i>Intensity</i> | Banyaknya pendapat yang ditulis oleh konsumen dalam sebuah situs jejaring sosial (Goyette et al., 2010) | <i>Number of reviews written</i> | Frekuensi menulis ulasan mengenai pengalaman menggunakan Netflix di situs jejaring sosial | Interval | 42 |
| | | <i>Frequency of interaction</i> | Tingkat penyebutan atau diskusi terkait Netflix di berbagai platform elektronik | Interval | 43 |

Sumber: Diolah dari beberapa literatur, 2023

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah kumpulan data oleh peneliti untuk tujuan atau analisis

tertentu di bawah pertimbangan melalui proses memahami, mengembangkan proyek penelitian, mengumpulkan data, melakukan dan mempublikasikan analisis dari data yang telah telah dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam analisis. Sedangkan, data sekunder adalah kumpulan data dari orang lain untuk beberapa tujuan lain dapat diperoleh dan dianalisis secara rinci oleh peneliti individu (Boslaugh, 2007). Jenis dan sumber data dalam penelitian ini dijelaskan dalam Tabel 3.2:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

| No | Data | Jenis Data | Sumber Data |
|----|--|------------|-----------------------------|
| 1 | Keterkaitan Tingkat E-WOM Pengguna Netflix di Indonesia Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 2 | Keterkaitan Tingkat E-WOM Pengguna Netflix di Indonesia Berdasarkan Pekerjaan dan Asal Daerah | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 3 | Keterkaitan Tingkat E-WOM Pengguna Netflix di Indonesia Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku dan Alokasi Belanja Pribadi Untuk Media <i>Entertainment</i> | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 4 | Pengalaman Pengguna Netflix Berdasarkan Lama Menggunakan Netflix | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 5 | Pengalaman Pengguna Netflix Berdasarkan Durasi Menonton | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 6 | Pengalaman Pengguna Netflix Berdasarkan Waktu Menonton | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 7 | Pengalaman Pengguna Netflix Berdasarkan Penggunaan Perangkat | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 8 | Pengalaman Pengguna Netflix Berdasarkan Paket Berlangganan | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 9 | Pengalaman Pengguna Netflix Berdasarkan Metode Pembayaran Berlangganan | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 10 | Pengalaman Pengguna Netflix Berdasarkan Layanan <i>Streaming</i> Favorit | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 11 | Pengalaman Pengguna Netflix Berdasarkan Genre Favorit | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 12 | Pengalaman Pengguna Netflix Berdasarkan Alasan Menggunakan Netflix | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 13 | Pengalaman Pengguna Netflix Berdasarkan Media OTT Lain Yang Digunakan | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 14 | Hasil Pengujian Validitas Variabel X (<i>E-Service Quality</i>) | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 15 | Hasil Pengujian Validitas Variabel Z (<i>E-Satisfaction</i>) | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 16 | Hasil Pengujian Validitas Variabel Y (<i>E-WOM</i>) | Primer | Hasil Pengolahan Data, 2023 |
| 17 | Hasil Pengujian Reliabilitas | Primer | Hasil Pengolahan Data |
| 18 | Profil Perusahaan | Primer | Netflix, 2023 |

| No | Data | Jenis Data | Sumber Data |
|----|---|------------|--|
| 19 | <i>Video Streaming Market Size 2021-2030 Globally</i> | Sekunder | Precendence Research, 2022 |
| 20 | <i>Over The Top (OTT) Services Survey In Asia</i> | Sekunder | DailySocial.id, 2019 |
| 21 | <i>Adoption Across Urban Digital User</i> | Sekunder | Google et al., 2022 |
| 22 | <i>Growth Merchandise Value Sektor Online Media</i> | Sekunder | Google et al., 2022 |
| 23 | Jumlah Pengguna Netflix Tahun 2013-2023 | Sekunder | Yonatan, 2023 |
| 24 | Pangsa Penonton OTT di Indonesia | Sekunder | Nielsen, 2022 |
| 25 | Aplikasi <i>Video Streaming</i> Favorit Masyarakat | Sekunder | GoodStats, 2022 |
| 26 | <i>Top Review Netflix Topics</i> | Sekunder | <i>Play Store</i> dan <i>App Store</i> , 2023 |
| 27 | Jumlah Keluhan Pengguna Netflix pada <i>Play Store</i> dan <i>App Store</i> | Sekunder | <i>Play Store</i> dan <i>App Store</i> , 2020-2023 |
| 28 | <i>Reviews</i> Pengguna Netflix di <i>Play Store</i> dan <i>App Store</i> per Desember 2023 | Sekunder | <i>Play Store</i> , 2023 |

Sumber: Hasil pengolahan data dan beberapa literatur, 2023

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi data terdiri obyek maupun subyek penelitian dengan kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Sementara Harlan (2004) menjelaskan bahwa populasi adalah himpunan seluruh objek yang ingin diketahui besaran karakteristiknya. Berdasarkan uraian penjelasan mengenai populasi, maka populasi dalam penelitian ini adalah pengguna media *over the top* (OTT) Netflix yang tergabung dalam komunitas Twitter Netflix Indonesia sebanyak 20.045 pengikut (Data diambil dari akun Netflix Indonesia melalui tautan <https://x.com/i/communities/1496680280295280643> pada Rabu, 22 November 2023 pukul 08.00 WIB). Penggunaan komunitas Twitter Netflix Indonesia dipilih agar jumlah populasi dapat terukur secara spesifik serta dapat terfokus pada karakteristik interaksi, perilaku dan pengguna suatu *platform*.

3.2.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Perhitungan jumlah sampel pada penelitian dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian secara kuantitatif (Harlan, 2004). Penelitian sebelumnya menyebut 200 responden sampel merupakan jumlah minimal untuk analisis SEM (Kelloway, 1998). Sementara

menurut Yount (1999) menyatakan bahwa jika ukuran populasi >10.000, maka penentuan besarnya sampel adalah 1% dari populasi, berikut dijelaskan perhitungannya:

$$\begin{aligned}n &= 1\% \times N \\ &= 1\% \times 20.045 \\ &= 200.45 \\ &= 200 \text{ (dibulatkan)}\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut ditemukan nilai n adalah 200 responden. Pengambilan jumlah sampel pada penelitian ini merujuk pada teori menyatakan 200 responden merupakan angka yang direkomendasikan dikarenakan bergantungnya SEM pada pengujian-pengujian bersifat sensitif terhadap ukuran sampel dan besarnya perbedaan di antara matriks kovarians (Sarjono & Julianita, 2015). Dalam penelitian ini, 200 responden dipilih sebagai sampel representatif yang mewakili populasi. Namun demikian, sebanyak 230 kuesioner disebar selama tahap pengumpulan data. Penyebaran lebih banyak kuesioner dari jumlah sampel yang diinginkan bertujuan untuk mengantisipasi kemungkinan adanya data yang tidak lengkap atau tidak valid. Meskipun demikian, dalam proses analisis data deskriptif dan verifikatif, hanya data dari 200 responden yang digunakan secara konsisten. Pendekatan ini diambil untuk memastikan keakuratan dan keterpercayaan hasil analisis, serta untuk menghindari bias akibat penggunaan data yang tidak terkontrol. Dengan demikian, keputusan untuk menggunakan data dari 200 responden sebagai dasar analisis sejalan dengan metodologi penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Pengambilan sampel berhubungan dengan pemilihan subset individu dari dalam suatu populasi untuk memperkirakan karakteristik seluruh populasi. Keuntungan utama dari pengambilan sampel adalah lebih cepat pengumpulan data dan biaya lebih rendah (Sugiyono, 2015). Setiap observasi mengukur satu atau lebih sifat subjek dibedakan sebagai individu independen. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling* memberikan kesamaan peluang bagi populasi untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2015).

Metode *probability sampling* dan teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah metode *simple random sampling* atau penarikan sampel acak sederhana, di mana populasi akan mendapat kesempatan sama untuk menjadi sampel, sehingga dalam hal ini populasi pengguna layanan OTT Netflix yang tergabung dalam komunitas Twitter Netflix Indonesia memiliki kesamaan kesempatan untuk dijadikan sampel. Langkah *simple random sampling* pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. *Backup data* untuk menjadi kerangka sampling yaitu komunitas Twitter Netflix Indonesia sebanyak 20.045 pengikut dan pengguna layanan OTT Netflix.
2. Menentukan sampel secara acak, dari *backup data* yang telah disiapkan sebelumnya, pengambilan sampel dilakukan secara acak menggunakan metode pemilihan *random* pada formula Microsoft Excel.
3. Setelah mendapatkan sampel secara acak, kemudian pemilik akun tersebut dihubungi melalui Messenger dengan mengirimkan tautan google form sebagai angket.
4. Mengulangi langkah pada poin 2 dan 3 secara sistematis satu per satu hingga memperoleh jumlah 200 sampel.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada sebuah penelitian, data berfungsi sebagai informasi apa pun tentang studi, termasuk rincian metode, peserta, pengaturan, konteks, penemuan, hasil, dan publikasi. Tinjauan penelitian harus direncanakan terlebih dahulu data untuk keperluan penulisan tinjauan sistematis, dan mengembangkan strategi. Keterlibatan konsumen dan pemangku kepentingan lainnya dapat membantu dalam memastikan bahwa kategori data dikumpulkan adalah cukup selaras dengan kebutuhan pengguna ulasan. Data yang dikumpulkan untuk tinjauan harus cukup menggambarkan studi mendukung konstruksi tabel dan gambar, memfasilitasi risiko penilaian, dan memungkinkan sintesis dan meta-analisis (Li et al., 2019). Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data, melalui kuesioner dan studi literatur dan dokumentasi.

1. Kuesioner/ Angket

Sugiyono (2015) mengemukakan bahwa instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel diteliti. Instrumen penelitian yang akan digunakan untuk melakukan pengukuran untuk memperoleh hasil data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala, diantaranya skala *likert*, skala *guttman*, *rating scale*, dan *semantic differential*. Adapun instrumen pada penelitian ini berfungsi sebagai pengumpul data adalah kuesioner (angket). Sugiyono (2015) mengemukakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data primer mengenai karakteristik dan pengalaman pengguna meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan, asal daerah, pendapatan/ uang saku, alokasi belanja pribadi untuk media *entertainment* serta tingkat E-WOM yang diperoleh dari *e-service quality* dan *e-satisfaction* OTT Netflix yang dirasakan pengguna. Selanjutnya, kuesioner akan disebarakan kepada sebagian pengguna aplikasi Netflix secara *online* melalui media Google Form dimana penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada pengguna aplikasi Netflix melalui tautan kuesioner. Butir pernyataan pada kuesioner yang digunakan berbentuk pernyataan tertutup dengan menggunakan skala likert, skala likert yaitu alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap item instrumen menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2015).

2. Studi Literatur/ Dokumentasi

Studi literatur merupakan sebuah tinjauan sistematis dari literatur ilmiah di area spesifik memiliki kedudukan penting untuk mengidentifikasi kebenaran atas pertanyaan dalam penelitian, serta untuk membenarkan penelitian masa depan di daerah tersebut (Liberati et al., 2009). Sementara itu, studi dokumentasi melibatkan analisis laporan dan bahan tertulis lainnya di dalam entitas kerja yang sedang diteliti. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai peristiwa serta kemungkinan penyebab di balik peristiwa tersebut.

Menurut Sugiyono (2016), dokumentasi merujuk pada catatan-catatan kejadian berupa tulisan, gambar, atau karya monumental. Proses studi dokumentasi sendiri melibatkan pencatatan data atau penyalinan dokumen-dokumen perusahaan, terutama yang terkait dengan informasi relevan atau dibutuhkan untuk penelitian. Secara ilmiah, sangat penting untuk memulai penelitian di bidang tertentu dan membutuhkan pendekatan sistematis dalam rangka mempelajari pekerjaan, metode yang telah digunakan (populasi, sampel, statistik), perolehan hasil, dan *database* publikasi digunakan untuk mempresentasikan karya yang telah dibuat, sehingga memungkinkan untuk mengetahui cara mendapatkan informasi terbaru dan permanen tentang hasil dinamis oleh berbagai penelitian, penelitian pusat dan lembaga pendidikan tinggi pada umumnya.

Studi pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber seperti a) Repository Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), b) Portal Jurnal meliputi ScienceDirect, SpringerLink, IEEE Xplore, JSTOR, Sage Journals, Emerald Insight, c) Publish or Perish, d) Buku Fisik dan Buku Digital dari Google Books, e) Media elektronik (internet), f) *Social Media*, dan g) Search engine Google Scholar.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Dalam sebuah penelitian, data memiliki kedudukan sangat penting karena dapat menggambarkan variabel diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Dalam proses mendapatkan data, guna menguji layak atau tidaknya instrumen penelitian disebarkan kepada responden dilakukan dua tahap pengujian yakni uji validitas dan reliabilitas. Sebuah instrumen dapat dikatakan valid saat dapat mengungkap data dari variabel secara tepat tidak menyimpang dari keadaan sebenarnya, dan sebuah instrumen dikatakan reliabel saat dapat mengungkapkan data yang bisa dipercaya (Arikunto, 2010). Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data valid dan reliabel, sehingga data dalam penelitian harus valid dan reliabel menggunakan alat bantu *software* IBM SPSS versi 26 for Windows.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner dapat mengukur instrumen penelitian (Roopa & Rani, 2012). Sekaran (2016)

menjelaskan bahwa validitas adalah tes menggunakan alat untuk mengukur seberapa baik instrumen, teknik, atau proses dari konsep dalam sebuah penelitian. Hasil dari uji instrumen dan kriterianya kemudian dihubungkan dengan uji korelasi. Berikut ini disajikan rumus korelasi untuk mencari koefisien korelasi hasil uji instrumen dengan uji kriteria.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2)(n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2)}}$$

Sumber: (Fraenkel & Wallen, 2012)

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien korelasi
- n = jumlah responden
- x_i = skor setiap item pada instrumen
- y_i = skor setiap item pada kriteria

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikan sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$
2. Item pernyataan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
3. Item pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$.

Dalam penelitian ini akan diuji validitas dari instrumen *e-service quality* sebagai variabel bebas, *e-satisfaction* sebagai variabel intervening dan E-WOM sebagai variabel terikat. Berdasarkan pengujian jumlah angket sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (df) = $N-2$, seringkali dianggap lebih konservatif dan berusaha untuk menghindari hasil terlalu optimis atau tidak akurat terutama pada sampel yang relatif kecil. Sehingga $df = 30-2 = 28$, maka didapatkan nilai r tabel sebesar 0,361. Hasil dari pengujian validitas pada instrumen penelitian ini dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS 26 *for windows*.

Hasil perhitungan tersebut menghasilkan angka-angka yang menunjukkan pengujian validitas dari item pernyataan yang diajukan peneliti. Hasil pengujian validitas 30 responden dapat dilihat pada tabel berikut.

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL X (E-SERVICE QUALITY)

| No | Pernyataan | Pearson Correlation (r) | r tabel | Keterangan |
|----------------------------------|--|-------------------------|---------|------------|
| <i>Content Quality</i> | | | | |
| 1. | Kemampuan Netflix menawarkan pilihan <i>content video streaming</i> sesuai preferensi | 0,736 | 0,361 | Valid |
| 2. | Kemampuan Netflix memperbarui <i>content video streaming</i> terbaru | 0,468 | 0,361 | Valid |
| 3. | Kemampuan Netflix menyediakan pilihan <i>content video streaming</i> | 0,581 | 0,361 | Valid |
| 4. | Kemampuan Netflix menyajikan <i>content video streaming</i> dalam beberapa pilihan <i>genre</i> | 0,591 | 0,361 | Valid |
| <i>Navigation</i> | | | | |
| 5. | Penilaian terhadap penggunaan aplikasi Netflix | 0,522 | 0,361 | Valid |
| 6. | Kemampuan terhadap penggunaan fitur yang ditampilkan aplikasi Netflix | 0,582 | 0,361 | Valid |
| 7. | Efektivitas struktur keseluruhan dari tata letak navigasi dalam aplikasi Netflix | 0,664 | 0,361 | Valid |
| 8. | Kemampuan menu (<i>home page</i>) Netflix menyajikan informasi | 0,500 | 0,361 | Valid |
| <i>Management System</i> | | | | |
| 9. | Kemampuan Netflix menawarkan beragam layanan kepada pengguna | 0,663 | 0,361 | Valid |
| 10. | Kemampuan Netflix menyediakan beberapa pilihan tarif berlangganan | 0,805 | 0,361 | Valid |
| 11. | Kemampuan Netflix mengelola sistem dan pengaturan langganan setelah pengguna melakukan pembelian layanan berlangganan | 0,682 | 0,361 | Valid |
| <i>Customer Service</i> | | | | |
| 12. | Kemampuan Netflix menyediakan sistem pelayanan (<i>Help Center, Live Chat and Email Support</i>) untuk mengatasi permasalahan pengguna | 0,798 | 0,361 | Valid |
| 13. | Efektivitas respon Netflix dalam memberikan pelayanan bantuan teknis | 0,855 | 0,361 | Valid |
| 14. | Persepsi pengguna terhadap Netflix dalam memberikan pelayanan atau respon | 0,860 | 0,361 | Valid |
| <i>System Reliability</i> | | | | |
| 15. | Kemampuan Netflix memelihara sistem pelayanan | 0,858 | 0,361 | Valid |
| 16. | Efektivitas Netflix menyediakan fitur-fitur pada aplikasi | 0,757 | 0,361 | Valid |
| <i>Connection Quality</i> | | | | |

| No | Pernyataan | Pearson Correlation (r) | r tabel | Keterangan |
|-----|---|-------------------------|---------|------------|
| 17. | Fungsionalitas Netflix dapat merespon setelah pengguna mengakses aplikasi | 0,874 | 0,361 | Valid |
| 18. | Responsivitas sistem dapat merespon saat digunakan untuk menonton | 0,657 | 0,361 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Tabel 3.3 menjelaskan bahwa pernyataan-pernyataan penelitian yang diajukan kepada responden saat pengujian validitas seluruhnya dinyatakan valid dikarenakan nilai Sig. lebih kecil dari 0,05 dan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur. Nilai tertinggi berada pada angka 0,890 di item tujuh belas (17) sementara nilai terendah berada pada angka 0,458 di item dua (2). Selanjutnya pada Tabel 3.4 menjelaskan hasil uji validitas pada variabel *intervening*.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL Z (E-SATISFACTION)

| No | Pernyataan | Pearson Correlation (r) | r tabel | Keterangan |
|---------------------------|--|-------------------------|---------|------------|
| <i>Ease of Use</i> | | | | |
| 19. | Kemampuan terhadap kemudahan aplikasi Netflix saat digunakan | 0,804 | 0,361 | Valid |
| 20. | Kemampuan pengguna menemukan informasi pada aplikasi Netflix | 0,689 | 0,361 | Valid |
| 21. | Kemampuan pengguna memahami istilah yang disampaikan pada aplikasi Netflix | 0,797 | 0,361 | Valid |
| 22. | Kemampuan Netflix menyajikan informasi petunjuk penggunaan | 0,778 | 0,361 | Valid |
| 23. | Persepsi terhadap kemampuan pengoperasian fitur-fitur melalui desain aplikasi Netflix | 0,727 | 0,361 | Valid |
| <i>Usefulness</i> | | | | |
| 24. | Persepsi antara penggunaan aplikasi terhadap kualitas pengalaman saat menggunakan Netflix | 0,867 | 0,361 | Valid |
| 25. | Kemampuan Netflix dapat meningkatkan produktivitas pengguna | 0,745 | 0,361 | Valid |
| 26. | Kemampuan penggunaan aplikasi Netflix terhadap penerimaan teknologi | 0,743 | 0,361 | Valid |
| 27. | Performa aplikasi Netflix saat digunakan secara keseluruhan | 0,777 | 0,361 | Valid |
| <i>Attitude</i> | | | | |
| 28. | Respon emosional pengguna terhadap pengalaman menggunakan aplikasi | 0,438 | 0,361 | Valid |
| 29. | Kemampuan aplikasi dalam mengadopsi teknologi terbaru terhadap keseluruhan pengalaman menonton | 0,559 | 0,361 | Valid |

| No | Pernyataan | Pearson Correlation (r) | r tabel | Keterangan |
|-----|--|-------------------------|---------|------------|
| 30. | Relevansi antara penggunaan teknologi terhadap kesesuaian gaya hidup | 0,754 | 0,361 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berikut dijelaskan dalam Tabel 3.4 menyatakan bahwa pernyataan-pernyataan penelitian yang diajukan kepada responden saat pengujian validitas seluruhnya dinyatakan valid dikarenakan nilai Sig. lebih kecil dari 0,05 dan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur. Nilai tertinggi berada pada angka 0,867 pada item dua puluh empat (24) sementara nilai terendah berada pada angka 0,438 di item dua puluh delapan (28). Hasil uji validitas pada variabel terikat ditunjukkan pada Tabel 3.5.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL Y (E-WOM)

| No | Pernyataan | Pearson Correlation (r) | r tabel | Keterangan |
|------------------|---|-------------------------|---------|------------|
| Content | | | | |
| 31. | Niat dalam memberikan informasi mengenai produk Netflix di situs jejaring sosial | 0,876 | 0,361 | Valid |
| 32. | Niat dalam memberikan informasi mengenai kualitas produk Netflix di situs jejaring sosial | 0,898 | 0,361 | Valid |
| 33. | Niat dalam memberikan informasi mengenai variasi layanan pada Netflix kepada orang lain | 0,825 | 0,361 | Valid |
| 34. | Niat dalam memberikan informasi mengenai kualitas layanan pada Netflix kepada orang lain | 0,880 | 0,361 | Valid |
| 35. | Niat dalam mencari ulasan mengenai produk Netflix di jejaring sosial | 0,853 | 0,361 | Valid |
| 36. | Niat dalam mencari ulasan mengenai layanan Netflix di jejaring sosial | 0,931 | 0,361 | Valid |
| Opinion | | | | |
| 37. | Niat dalam memberikan penilaian mengenai produk Netflix di jejaring sosial | 0,931 | 0,361 | Valid |
| 38. | Niat dalam memberikan penilaian mengenai layanan Netflix di jejaring sosial | 0,836 | 0,361 | Valid |
| 39. | Niat dalam memberikan penilaian mengenai perusahaan Netflix di jejaring sosial | 0,781 | 0,361 | Valid |
| 40. | Niat dalam memberikan rekomendasi mengenai Netflix di jejaring sosial | 0,873 | 0,361 | Valid |
| Intensity | | | | |
| 41. | Niat dalam mencari informasi mengenai Netflix | 0,908 | 0,361 | Valid |

Nisha Aulya Tjasbari, 2024

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) MELALUI E-SATISFACTION PADA PENGGUNA MEDIA OVER THE TOP (OTT) NETFLIX

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

| No | Pernyataan | Pearson Correlation (r) | r tabel | Keterangan |
|-----|--|-------------------------|---------|------------|
| 42. | Frekuensi menulis ulasan mengenai pengalaman menggunakan Netflix di jejaring sosial | 0,877 | 0,361 | Valid |
| 43. | Niat memberikan melakukan penyebutan atau diskusi terkait Netflix di jejaring sosial | 0,874 | 0,361 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Hasil pengolahan uji validitas variabel E-WOM dijelaskan dalam Tabel 3.5, pada Tabel tersebut menyatakan bahwa pernyataan-pernyataan penelitian yang diajukan kepada responden saat pengujian validitas seluruhnya dinyatakan valid dikarenakan nilai Sig. lebih kecil dari 0,05 dan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur. Nilai tertinggi berada pada angka 0,931 pada item tiga puluh enam dan tiga puluh tujuh (36 dan 37) sementara nilai terendah berada pada angka 0,781 di item tiga puluh delapan (38).

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada sejauh mana pengukuran memberikan hasil konsisten (Roopa & Rani, 2012). Reliabilitas menunjukkan sejauh mana data bebas dari kesalahan sehingga dapat menjamin pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dalam seluruh instrumen. Dapat diketahui bahwa reliabilitas adalah indikasi stabilitas dan konsistensi instrumen untuk mengukur konsep dan membantu untuk menilai kebaikan dari ukuran (Sekaran & Bougie, 2016).

Malhotra (2015) mendefinisikan reliabilitas sebagai sejauh mana suatu ukuran bebas dari kesalahan acak. Reliabilitas dinilai dengan cara menentukan hubungan antara skor yang diperoleh dari skala administrasi berbeda. Jika asosiasi tinggi, maka skala akan menghasilkan temuan konsisten sehingga dapat dikatakan reliabel. Penelitian ini menguji reliabilitas dengan menggunakan rumus alpha atau *cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pernyataan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 7. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal. Instrumen tersebut misalnya instrumen berbentuk esai, angket, atau kuesioner.

$$r_x = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Sumber: (Sugiyono, 2016)

Keterangan:

r_i = koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

k = jumlah item soal

$\sum \sigma_t^2$ = jumlah varians skor tiap item

σ_t^2 = varians total

Sementara rumus variansi sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

σ = Nilai varians

X = Nilai skor dipilih

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah sebagai berikut:

1. Item pernyataan dikatakan reliabel jika koefisien internal seluruh item (n) $>$ r_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5%.
2. Item pernyataan dikatakan tidak reliabel jika koefisien internal seluruh item (n) $\leq r_{\text{tabel}}$ dengan tingkat signifikansi 5%.

Berikut disajikan Tabel 3.6 mengenai hasil uji reliabilitas variabel *E-Service Quality*, *E-Satisfaction*, dan *E-WOM* dilakukan dengan bantuan aplikasi IBM SPSS *for windows* versi 26.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

| No | Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|----|--------------------------|------------------|------------|
| 1. | <i>E-Service Quality</i> | 0,932 | Reliabel |
| 2. | <i>E-Satisfaction</i> | 0,918 | Reliabel |
| 3. | E-WOM | 0,973 | Reliabel |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel 3.6 di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat reliabilitas karena angka *cronbach's*

α dimiliki oleh masing-masing variabel lebih besar dari r_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Setelah data dikumpulkan secara statistik, langkah dalam menganalisis data yaitu dengan melihat apakah hipotesis yang dihasilkan telah didukung oleh data (Sekaran, 2016). Tujuan dilakukan pengolahan data yaitu untuk menguji rumusan hipotesis, menjawab masalah, serta memberikan keterangan berguna dalam penelitian sehingga teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis. Alat penelitian dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner.

TABEL 3.7
SKOR ALTERNATIF

| | | | |
|--------------------|--|------------------------|---|
| Alternatif Jawaban | Sangat Berkualitas/Sangat Beragam/Sangat Membantu/Sangat Mudah/Sangat Kuat/Sangat Tinggi/Sangat Puas | Rentang Jawaban | Sangat Tidak Berkualitas/Sangat Tidak Beragam/Sangat Tidak Membantu/Sangat Tidak Mudah/Sangat Lemah/Sangat Kecewa/Sangat Rendah |
| | Positif | 7 8 6 5 4 3 2 1 | Negatif |

Sumber: Modifikasi dari (Sugiyono, 2015)

Alat ukur yang digunakan adalah skala diferensial semantik biasanya terdiri dari tujuh poin dan berisi sepasang kata sifat berlawanan atau diperoleh adalah data interval. Rentang dalam penelitian ini yaitu sebanyak 7 angka (Sugiyono, 2015). Responden yang memberi penilaian pada angka 7, berarti sangat positif, sedangkan bila memberi jawaban angka 1 berarti persepsi responden terhadap pernyataan tersebut sangat negatif.

Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap, di antaranya:

1. Menyusun data, kegiatan ini bertujuan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Menyeleksi data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang telah terkumpul.

3. Tabulasi data: input data ke program *microsoft office excel*; memberi skor pada setiap item; menjumlahkan skor pada setiap item; dan menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengeksplorasi hubungan antar variabel melalui korelasi serta membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa keharusan pengujian signifikansi. Alat penelitian dipakai dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang disusun berdasarkan variabel pada data penelitian. Angket tersebut bertujuan untuk menyajikan informasi dan data mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap E-WOM melalui *e-satisfaction*. Pengolahan data terkumpul dari kuesioner dilakukan dalam tiga tahap: 1) analisis tabulasi silang, 2) perhitungan skor ideal, dan 3) penerapan data dalam pendekatan analisis secara deskriptif. Berikut adalah langkah-langkah untuk melakukan analisis deskriptif pada tiga variabel penelitian:

1. Analisis Tabulasi Silang (*Cross Tabulation*)

Metode *cross tabulation* pada dasarnya merupakan sebuah analisis yang meneliti kemungkinan hubungan deskriptif antara dua variabel atau lebih dalam kumpulan data (Malhotra, 2010). Format tabel tabulasi yang digunakan dalam penelitian ini bisa dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 3.8
TABULASI SILANG (*CROSS TABULATION*)

| Variabel Kontrol | Judul (Identifikasi/ Karakteristik/ Pengalaman) | Judul (Identifikasi/ Karakteristik/ Pengalaman) | | | | Total | |
|-------------------|---|--|---|---|---|-------|---|
| | | Klasifikasi (Identifikasi/ Karakteristik/ Pengalaman) | | | | F | % |
| | | F | % | F | % | F | % |
| Total Skor | | | | | | | |
| Total Keseluruhan | | | | | | | |

Sumber: Modifikasi dari (Sekaran, 2016)

Metode ini memanfaatkan uji statistik untuk mengidentifikasi serta memahami korelasi antara dua variabel atau lebih. Dalam prinsipnya, analisis data menggunakan *cross tabulation* biasanya bersifat nominal atau berada dalam kategori (Ghozali & Purwanto, 2017). Jika ada keterkaitan antar variabel, maka terdapat tingkat ketergantungan di mana perubahan pada satu variabel dapat berpengaruh pada variabel lainnya.

2. Skor Ideal

Skor ideal merujuk pada nilai yang dianggap sebagai nilai optimal diharapkan dari jawaban dalam kuesioner, kemudian dibandingkan dengan total skor diperoleh untuk mengevaluasi kinerja suatu variabel. Penelitian atau survei sering membutuhkan instrumen seperti kuesioner untuk mengumpulkan data. Kuesioner berisi sejumlah pernyataan yang disampaikan kepada responden atau sampel sebagai bagian dari proses penelitian atau survei. Jumlah pernyataan dalam kuesioner seringkali besar, sehingga penilaian dengan skor menjadi penting untuk mempermudah evaluasi dan mendukung temuan analisis data nantinya. Berikut adalah formula untuk menghitung skor ideal:

$$\text{Skor Ideal} = \text{Kriteria Nilai Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}$$

3. Teknik Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan variabel-variabel penelitian, seperti: 1) analisis deskriptif variabel X (*e-service quality*), memfokuskan pada *e-service quality*; 2) analisis deskriptif variabel Z, terfokus pada penelitian *e-satisfaction*; serta 3) analisis deskriptif variabel Y (E-WOM). Format tabel analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini terdapat pada Tabel 3.9 Analisis Deskriptif.

TABEL 3.9
ANALISIS DATA DESKRIPTIF

| No | Pernyataan | Alternatif Jawaban | Total | Skor Ideal | Total Skor Per-Item | % Skor |
|----|------------|--------------------|-------|------------|---------------------|--------|
|----|------------|--------------------|-------|------------|---------------------|--------|

Skor

Total Skor

Sumber: Modifikasi dari (Sekaran, 2016)

Setelah mengkategorikan hasil perhitungan berdasarkan kriteria penafsiran, langkah berikutnya adalah membuat garis kontinum menjadi tujuh tingkatan: sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, sedang, cukup rendah, rendah, dan sangat rendah. Dalam mengkategorisasikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase dari rentang 0% hingga 100%. Penafsiran pengolahan data berdasar pada batas-batas yang dijelaskan pada Tabel berikut.

TABEL 3.10
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

| No. | Kriteria Penafsiran | Keterangan |
|-----|---------------------|--------------------|
| 1. | 0% | Tidak Seorangpun |
| 2. | 1-25% | Sebagian Kecil |
| 3. | 26-49% | Hampir Setengahnya |
| 4. | 50% | Setengahnya |
| 5. | 51-75% | Sebagian Besar |
| 6. | 76-99% | Hampir Seluruhnya |
| 7. | 100% | Seluruhnya |

Sumber: (Moh. Ali, 2013)

Garis kontinum ini dibuat untuk membandingkan setiap total skor dari setiap variabel, yaitu E-WOM, *e-service quality*, dan *e-satisfaction*. Rancangan langkah-langkah dalam pembuatan garis kontinum dijelaskan sebagai berikut:

1. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah
 - a. Kontinum Tertinggi = Skor Tertinggi x Jumlah Pernyataan x Jumlah Responden
 - b. Kontinum Terendah = Skor Terendah x Jumlah Pernyataan x Jumlah Responden
2. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan

$$\text{Panjang Interval} = \frac{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{Jumlah Tingkatan}}$$
3. Langkah ketiga melibatkan pembuatan garis kontinum dan menetapkan daerah di mana skor hasil penelitian berada. Penggambaran kriteria ini dapat dilihat dalam Gambar 3.1 Garis Kontinum Penelitian:



GAMBAR 3.1
GARIS KONTINUM PENELITIAN *E-SERVICE QUALITY*, *E-SATISFACTION* DAN *E-WOM*

Keterangan:

- A = Skor minimum
 b = Jarak interval
 Σ = Jumlah perolehan skor
 N = Skor ideal

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode verifikatif dengan penekanan pada eksplorasi dan interpretasi penelitian, hasil yang memiliki tujuan untuk dianalisis apakah ada atau tidak adanya pengaruh antara variabel *e-service quality*, *e-satisfaction* dengan *electronic word of mouth* (E-WOM). Dalam pelaksanaan penelitian ini menggunakan dua metode penelitian, yaitu deskriptif dan verifikatif. Penelitian verifikatif adalah jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk menentukan hubungan antara variabel melalui pengujian hipotesis. Sementara penelitian deskriptif bertujuan untuk mendapatkan deskripsi ciri-ciri variabel dilihat dari frekuensi distribusi, persentase, nilai rata-rata dan simpangan baku untuk menyelesaikan rumusan masalah. Sedangkan penelitian verifikatif untuk melihat pengaruh antar variabel konstruksi dan pengujian hipotesis untuk melengkapi formulasi penelitian (Sugiyono, 2015).

3.2.7.2.1 Model SEM

Teknik analisis data diterapkan dalam penelitian ini adalah *structural equation modeling* (SEM). SEM merupakan suatu metode pemodelan statistik bersifat *cross-sectional*, linear, dan bersifat umum. Menurut definisi lain, SEM merupakan teknik analisis multivariat mencakup berbagai metode analisis lain sebagai kasus-kasus khusus (Sarwono, 2010). Pemodelan persamaan struktural (SEM) merupakan suatu metode statistik yang mengadopsi pendekatan untuk memvalidasi analisis dari sebuah teori struktural dengan melibatkan berbagai fenomena (Byrne, 2010).

Terdapat dua jenis dalam sebuah model perhitungan SEM, yaitu terdiri dari model pengukuran dan model struktural sebagai berikut.

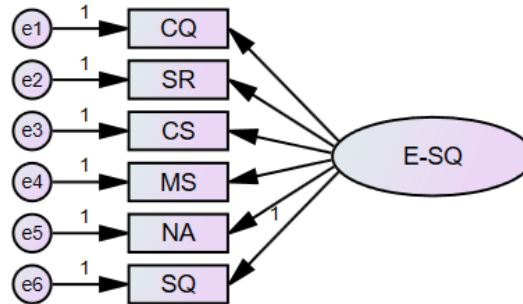
1. Model Pengukuran

Model pengukuran merupakan bagian dari suatu model SEM berhubungan dengan variabel-variabel laten dan indikator-indikatornya. Model pengukuran digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Model pengukuran murni disebut model analisis faktor konfirmatori atau *confirmatory factor analysis* (CFA) dimana terdapat kovarian tidak terukur antara masing-masing pasangan variabel yang memungkinkan. Pada penelitian

ini, variabel laten eksogen terdiri dari *e-service quality* dan *e-satisfaction*, sedangkan variabel tersebut memengaruhi variabel laten endogen yaitu E-WOM dengan spesifikasi model pengukuran model sebagai berikut:

a. Model Pengukuran Variabel Laten Eksogen

1) Variabel *E-Service Quality*

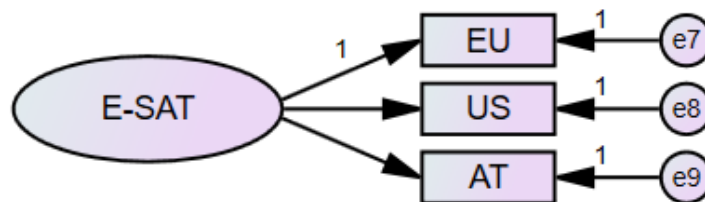


GAMBAR 3.2
MODEL PENGUKURAN *E-SERVICE QUALITY*

Keterangan:

CQ = *Connection Quality*
 SR = *System Reliability*
 CS = *Customer Service*
 MS = *Management System*
 NA = *Navigation*
 SQ = *Content Quality*

2) Variabel *E-Satisfaction*



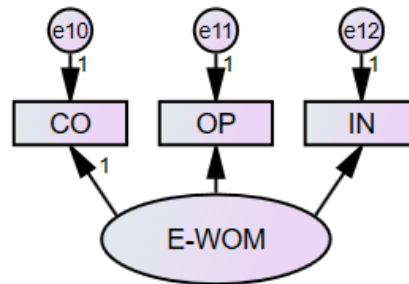
GAMBAR 3.3
MODEL PENGUKURAN *E-SATISFACTION*

Keterangan:

EU = *Ease of Use*
 US = *Usefulness*
 AT = *Attitude*

b. Model Pengukuran Variabel Endogen

1) Variabel E-WOM



GAMBAR 3.4
MODEL PENGUKURAN E-WOM

Keterangan:

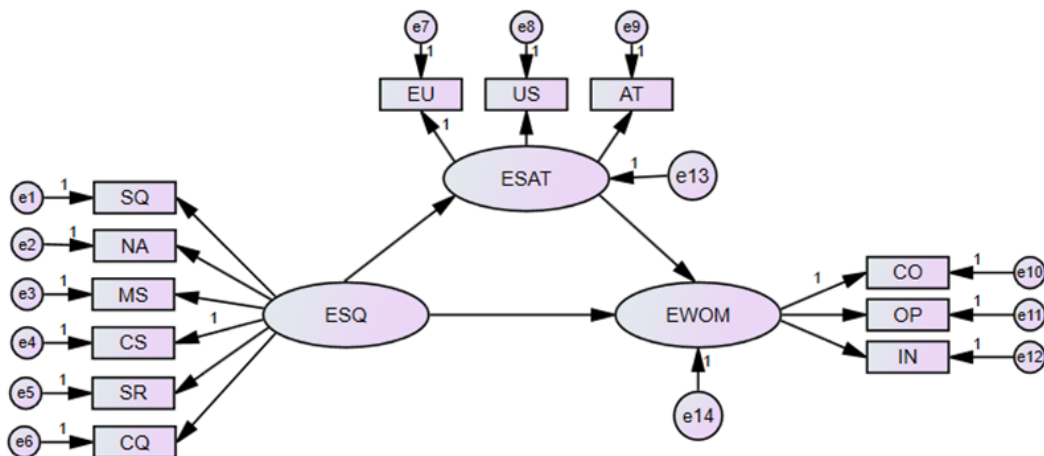
CO = *Content*

OP = *Opinion*

IN = *Intensity*

2. Model Struktural

Model struktural merupakan bagian dari model SEM terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Hal ini berbeda dengan model pengukuran membuat semua variabel (konstruk) sebagai variabel independen, dengan berpedoman terhadap hakekat SEM dan pada teori tertentu.



GAMBAR 3.5
MODEL STRUKTURAL PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-WOM MELALUI E-SATISFACTION

3.2.7.2.2 Asumsi, Tahap Pengujian dan Prosedur SEM

Prosedur dalam teknik analisis data menggunakan SEM secara umum terdiri dari tahap-tahap sebagai berikut:

1. Uji Asumsi SEM

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah prosedur statistik untuk mengevaluasi apakah data yang terkumpul memiliki distribusi mengikuti pola distribusi normal untuk setiap variabelnya. Ketika data tidak mengikuti distribusi normal, ini bisa memengaruhi hasil analisis penelitian dengan membawa potensi bias. Dalam penggunaan SEM pada *software* AMOS, penting untuk memiliki data mengikuti distribusi normal. Salah satu cara paling umum untuk melakukan uji normalitas adalah melalui nilai *skewness*. Ghozali (2014) menyatakan bahwa uji normalitas dapat dilakukan dengan memperhatikan nilai *c.r* (*critical ratio*) dari variabel multivariat. Data dapat dianggap mengikuti distribusi normal jika nilai *c.r* dari variabel *multivariate*, *skewness*, atau *kurtosis* berada dalam rentang nilai $< 2,58$.

b. *Outliers*

Waluyo (2016) menyatakan bahwa *outliers* adalah observasi dengan karakteristik unik dari observasi lainnya, dan dapat muncul dalam bentuk nilai ekstrem untuk satu variabel tunggal (*univariate outliers*) atau kombinasi variabel (*multivariate outliers*). Salah satu pendekatan untuk menangani ketidakpuhan normalitas adalah dengan mengidentifikasi dan mengatasi outlier. Untuk mendeteksi adanya data *outlier* dalam format multivariat dapat menggunakan *Mahalanobis Distance*. *Mahalanobis Distance* mengukur jarak antara setiap observasi data dengan nilai rata-ratanya (*centroid*). Kriteria yang digunakan adalah berdasarkan nilai *Chi-Square* dan derajat kebebasan (*Degrees of freedom*) dengan tingkat signifikansi $p < 0,001$. Sehingga apabila nilai *Mahalanobis Distance* $< \chi^2$, artinya bebas dari *outliers*, sementara semua kasus (nomor observasi) dengan nilai *Mahalanobis d-squared* $> \chi^2$ dianggap sebagai multivariat *outliers*. Metode Z-score, dengan menggunakan skor Z untuk mengidentifikasi *outlier*.

$$Z = \frac{(x - \mu)}{\sigma}$$

Sumber: Altman (1968)

Keterangan:

- x = data
- μ = rata-rata
- σ = standar deviasi

c. Multikolinearitas

Langkah selanjutnya dalam pengujian adalah untuk melihat apakah terdapat multikolinearitas pada gabungan variabel. Tanda-tanda adanya multikolinearitas dapat terdeteksi dari nilai determinan matriks kovarians sampel sangat kecil, atau hampir mendekati nol. Sebuah model penelitian dianggap bebas dari multikolinieritas pada setiap variabel independennya jika korelasi antara setiap konstruk berada di bawah 0,85 (Ferdinand, 2006). VIF (*Variance Inflation Factor*) merupakan uji untuk mengukur seberapa banyak varians dari koefisien regresi yang meningkat karena adanya korelasi antara prediktor dengan rumus berikut ini.

$$VIF = \frac{1}{1 - R^2}$$

Sumber: Sunyoto et al., (2017)

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi dari regresi prediktor

2. Pengujian SEM

a. Spesifikasi Model (*Specification*)

Spesifikasi model adalah tahap yang berkaitan dengan pembentukan model awal persamaan struktural sebelum dilakukan estimasi. Penentuan model awal ini didasarkan pada suatu teori atau penelitian sebelumnya. Menurut Waluyo (2011) model teoritis yang telah dirancang pada tahap awal akan direpresentasikan dalam sebuah diagram jalur (*path diagram*) untuk memvisualisasikan hubungan kausal yang ingin diuji oleh peneliti. Dalam SEM, relasi kausalitas dapat diwakili dengan diagram jalur. Kemudian, bahasa pemrograman akan mengubah gambar tersebut menjadi persamaan matematis dan mengestimasi hubungan tersebut.

b. Identifikasi Model (*Model Identification*)

Tahap ini berkaitan dengan pengkajian kemungkinan diperolehnya nilai untuk setiap parameter di dalam model dan kemungkinan persamaan simultan tidak ada solusinya. Terdapat tiga kemungkinan identifikasi model dalam SEM (Haryono & Wardoyo, 2012):

- 1) *Under-identified Model*, model *under-identified* memiliki df negatif.
- 2) *Just-Identified Model*, model *just-identified* memiliki df nol.
- 3) *Over-Identified Model*, model *over-identified* memiliki df positif.

c. Estimasi (*Estimation*)

Menurut Ghazali (2014a), teknik estimasi dalam model persamaan struktural pada awalnya umumnya menggunakan *Ordinary Least Squares* (OLS) *regression*. Namun, teknik ini kini telah digantikan oleh *Maximum Likelihood Estimation* (ML) karena dianggap lebih efisien dan tidak bias (*unbiased*). Pengukuran indikator dan konstruk yang membentuk model penelitian dapat dikatakan valid apabila memiliki *loading factor* (β) > 0,5. *Metode Maximum Likelihood Estimation* (MLE) merupakan metode untuk menduga parameter populasi.

Dalam prosesnya, metode ini berupaya menemukan nilai penduga bagi parameter untuk memaksimalkan fungsi *likelihood*.

$$L(\theta|Y) = \prod_{i=1}^n f(y_i|\theta)$$

Sumber: Bain dan Engelhardt (1992)

Keterangan:

$L(\theta|Y)$ = fungsi likelihood pada parameter θ (distribusi data Y)

d. Uji kecocokan (*testing fit*)

Menurut Wijanto (2008:49), tahap estimasi menghasilkan solusi berupa nilai final dari parameter-parameter diestimasi. Pada tahap ini, evaluasi dilakukan untuk memeriksa sejauh mana kesesuaian antara data tersedia dengan model yang dibuat, validitas dan keandalan dari model pengukuran, serta signifikansi koefisien dalam model struktural. Dalam persamaan struktural, terdapat beberapa syarat yang harus terpenuhi, salah satunya adalah pengujian kecocokan model (*goodness of fit test*).

Tujuan dari pengujian kecocokan model (*goodness of fit test*) untuk mengevaluasi sejauh mana model sesuai dengan sampel penelitian. Ghazali (2012) menyatakan bahwa secara umum, GOF dapat dinilai berdasarkan lima kriteria. Berikut dijelaskan lebih rinci:

- a. *Statistic Chi Square* (χ^2): ukuran statistik untuk menguji seberapa baik data observasi sesuai dengan harapan atau model diusulkan. Penggunaannya umum dalam analisis statistik untuk mengevaluasi sejauh mana perbedaan antara data diamati dan diharapkan oleh model.

$$\chi_{\text{diff}}^2 (df_{\text{diff}}) = \chi_A^2 (df_A) - \chi_B^2 (df_B)$$

Sumber: (Schermelleh-engel et al., 2003)

Keterangan:

- χ_A^2 = nilai model A
 χ_B^2 = nilai model B
 df_A = *degrees of freedom* model A
 df_B = *degrees of freedom* model B
 df_{diff} = $df_A - df_B$

- b. *Goodness of Fit Index* (GFI): GFI adalah metrik dalam analisis faktor dan pemodelan struktural untuk mengukur seberapa baik model statistik cocok dengan data observasional. Semakin tinggi nilai GFI, semakin baik model tersebut cocok dengan data yang diamati.

$$GFI = 1 - \frac{F_t}{F_n} = 1 - \frac{\chi_t^2}{\chi_n^2}$$

Sumber: (Schermelleh-engel et al., 2003)

Keterangan:

- χ_n^2 = *chi-square* null model (*baseline model*)
 χ_t^2 = *chi-square* model diharapkan
 F = nilai fungsi kecocokan minimum

- c. *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA): ukuran untuk mengevaluasi seberapa baik model sesuai dengan data teramati, dengan nilai lebih rendah menunjukkan tingkat kesesuaian lebih baik. RMSEA diperkirakan dengan ϵ_a , seperti di bawah ini.

$$\hat{\epsilon}_a = \sqrt{\max \left\{ \left(\frac{F(\mathbf{S}, \boldsymbol{\Sigma}(\hat{\theta}))}{df} - \frac{1}{N-1} \right), 0 \right\}}$$

Sumber: (Schermelel-engel et al., 2003)

Keterangan:

$F(\mathbf{S}, \boldsymbol{\Sigma}(\theta))$ = minimum fit function
 df = degrees of freedom
 n = ukuran sampel

- d. *Tracker Lewis Index* (TLI): TLI digunakan dalam pemodelan statistik untuk mengevaluasi model statistik cocok dengan data. Nilai TLI yang lebih tinggi menunjukkan tingkat kesesuaian model dan data, pada perkembangannya, TLI disebut sebagai *Nonnormed Fit Index* (NNFI).

$$NNFI = \frac{(\chi_i^2 / df_i) - (\chi_t^2 / df_t)}{(\chi_i^2 / df_i) - 1} = \frac{(F_i / df_i) - (F_t / df_t)}{(F_i / df_i) - 1/(N-1)}$$

Sumber: (Schermelel-engel et al., 2003)

Keterangan:

χ_i^2 = chi-square independen model (*baseline model*)
 χ_t^2 = chi-square model diharapkan
 F = corresponding minimum fit function value
 df = degrees of freedom

- e. *Adjusted Goodness of Fit* (AGFI): AGFI adalah modifikasi dari *Goodness of Fit Index* (GFI) dengan memperhitungkan jumlah parameter dalam model. Hal ini dilakukan untuk mengkompensasi penggunaan terlalu banyak parameter dalam model guna meningkatkan GFI tanpa meningkatkan kecocokan sebenarnya antara model dan data.

$$AGFI = 1 - \frac{df_n}{df_t} (1 - GFI) = 1 - \frac{\chi_t^2 / df_t}{\chi_n^2 / df_n}$$

Sumber: (Schermelel-engel et al., 2003)

Keterangan:

χ_n^2 = chi-square null model (*baseline model*)
 χ_t^2 = chi-square model diharapkan
 df_n = degrees of freedom null model
 df_t = degrees of freedom model diharapkan

- f. *Comparative Fit Index* (CFI): CFI adalah ukuran statistik dalam analisis pemodelan struktural untuk mengevaluasi model cocok dengan data.

$$CFI = 1 - \frac{\max[(\chi_t^2 - df_t), 0]}{\max[(\chi_t^2 - df_t), (\chi_i^2 - df_i), 0]}$$

Sumber: (Schermelel-engel et al., 2003)

Keterangan:

χ_i^2 = *chi-square* independen model (*baseline model*)

χ_t^2 = *chi-square* model diharapkan

df = *degrees of freedom*

- g. *Parsimony Normed Fit Index* (PNFI): PNFI adalah salah satu ukuran *goodness of fit* dalam analisis faktor konfirmatori penyesuaian dari *Normed Fit Index* (NFI) yang memperhitungkan *parsimony* (kesederhanaan) model. PNFI dihitung dengan memperhitungkan ukuran *goodness of fit model* dan kompleksitas model untuk memberikan informasi tentang seberapa baik model tersebut cocok dengan data.

$$PNFI = \frac{df_t}{df_i} NFI$$

Sumber: (Schermelel-engel et al., 2003)

Keterangan:

df_t = *degrees of freedom* model diharapkan

df_i = *degrees of freedom* model independen

NFI = *normed fit index*

- h. *Parsimony Goodness-of-Fit Index* (PGFI): PGFI merupakan indikator dalam analisis faktor konfirmatori penyesuaian dari *Goodness of Fit Index* (GFI) yang memperhitungkan kesederhanaan atau keparsimonian model. PGFI memberikan informasi tentang seberapa baik model cocok dengan data dengan mempertimbangkan sejauh mana model tersebut sederhana.

$$PGFI = \frac{df_t}{df_n} GFI$$

Sumber: (Schermelel-engel et al., 2003)

Keterangan:

df_i = *degrees of freedom* model diharapkan

df_n = *degrees of freedom* null model

GFI = *Goodness-of-Fit Index*

- i. *Probability*: mengacu pada pendekatan analisis statistik mengenai ukuran seberapa mungkin suatu kejadian akan terjadi. Dalam konteks statistik, nilai yang menunjukkan seberapa mungkin suatu kejadian akan terjadi dalam pengamatan atau percobaan. Penggunaan probabilitas memungkinkan peneliti menentukan sejauh mana model sesuai dengan data secara statistik.

TABEL 3.11
NILAI KRITIS GOODNESS OF FIT INDEX STATISTICS

| No | <i>Goodness of Fit Measure</i> | <i>Cut off Value</i> |
|----|--|-----------------------------|
| 1. | <i>Statistic Chi Square</i> (χ^2) | $\chi^2 < \chi^2$ Tabel |
| 2. | <i>Goodness of Fit Index</i> (GFI) | $\geq 0,90$ |
| 3. | <i>Root Mean Square Error of Approximation</i> (RMSEA) | $\leq 0,08$ |
| 4. | <i>Tracker Lewis Index</i> (TLI) | $\geq 0,90$ |
| 5. | <i>Adjusted Goodness of Fit</i> (AGFI) | $\geq 0,90$ |
| 6. | <i>Comparative Fit Index</i> (CFI) | $\geq 0,90$ |
| 7. | PNFI | Semakin tinggi semakin baik |
| 8. | PGFI | PGFI < GFI |

Sumber: (Hooper et al., 2008)

Menurut Hair et al., (2010) evaluasi terhadap tingkat kecocokan data dengan model dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

- 1) Kecocokan model pengukuran (*Measurement model fit*)
- 2) Kecocokan model struktural (*Structural model fit*)
- 3) Kecocokan keseluruhan model (*Overall model fit*)

3.2.7.2.4 Pengujian Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai dugaan atau jawaban sementara terhadap suatu masalah yang akan dibuktikan secara statistik. Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel dan hipotesis dua atau lebih variabel, umumnya dikenal sebagai hipotesis kausal (Priyono, 2016). Pengujian hipotesis adalah sebuah cara pengujian jika pernyataan yang dihasilkan dari kerangka teoritis berlaku mengalami pemeriksaan ketat (Sekaran, 2016). Objek penelitian dalam penelitian ini meliputi variabel bebas atau variabel independen dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji.

Pada penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS AMOS versi 22 for Windows untuk menganalisis hubungan dalam model struktural yang diusulkan. Adapun model struktural untuk menguji hubungan kausalitas antara *e-service quality* (X) dan *e-satisfaction* (Z) terhadap *electronic word of mouth* (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *t-value* dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%) dan derajat kebebasan sebesar n (sampel). Dalam program IBM SPSS AMOS versi 22 for Windows, nilai t diwakili sebagai *Critical Ratio* (C.R.). Apabila nilai *critical ratio* (C.R.) $\geq 1,96$ atau nilai probabilitas (P) $\leq 0,05$ maka H0 ditolak (hipotesis penelitian diterima). Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis pada penelitian ini lebih lanjut dapat dijelaskan sebagai berikut:

TABEL 3.12
KRITERIA PENERIMAAN DAN PENOLAKAN HIPOTESIS

| No | Uji Hipotesis | Keterangan |
|-----------------|--------------------|---|
| Uji Hipotesis 1 | H0 c.r $\leq 1,96$ | Tidak terdapat pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap E-WOM melalui <i>E-Satisfaction</i> |
| | H1 c.r $\geq 1,96$ | Terdapat pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap E-WOM melalui <i>E-Satisfaction</i> |
| Uji Hipotesis 2 | H0 c.r $\leq 1,96$ | Tidak terdapat pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> |
| | H1 c.r $\geq 1,96$ | Terdapat pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> |
| Uji Hipotesis 3 | H0 c.r $\leq 1,96$ | Tidak terdapat pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap E-WOM |
| | H1 c.r $\geq 1,96$ | Terdapat pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap E-WOM |
| Uji Hipotesis 4 | H0 c.r $\leq 1,96$ | Tidak terdapat pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap E-WOM |
| | H1 c.r $\geq 1,96$ | Terdapat pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap E-WOM |

Sumber: (Ghozali, 2014a)

Tabel nilai kritis (*critical values*) atau tabel distribusi adalah alat untuk menentukan nilai-nilai kritis dari distribusi statistik tertentu. Tabel nilai kritis, atau disebut sebagai tabel distribusi, merupakan alat yang sangat penting dalam analisis statistik. Fungsi utama adalah untuk membantu peneliti dalam menentukan nilai-nilai kritis dari distribusi statistik tertentu. Tabel ini memberikan informasi penting mengenai nilai-nilai kritis untuk berbagai level signifikansi. Dalam distribusi Z, tabel nilai kritis digunakan untuk menunjukkan nilai-nilai kritis yang diperlukan untuk menguji hipotesis statistik.

TABEL 3.13
NILAI KRITIS Z

| α | Z |
|----------|------|
| 0,100 | 1,64 |
| 0,050 | 1,96 |
| 0,025 | 2,24 |
| 0,010 | 2,58 |
| 0,005 | 2,81 |
| 0,001 | 3,29 |

Sumber: (Nuryadi et al., 2017)

Nilai-nilai ini digunakan dalam pengujian hipotesis apakah suatu hasil pengamatan atau uji signifikan atau tidak pada tingkat signifikansi tertentu, tabel ini digunakan dalam statistik untuk menentukan batas di mana kita dapat menolak atau tidak menolak hipotesis nol dalam pengujian statistik. Nilai tersebut digunakan untuk menentukan kontribusi faktor-faktor yang membentuk *e-service quality* dan *e-satisfaction* terhadap E-WOM dapat diidentifikasi pada matriks atau tabel korelasi implisit (untuk semua variabel) dalam output *software* IBM SPSS AMOS versi 22 *for Windows*. Informasi mengenai nilai faktor pembentuk *Re* dapat diperoleh dari matriks atau tabel data tersebut. Sementara pengaruh besar kecilnya dapat diamati dari hasil estimasi dalam kolom total *effect* dalam bentuk standar. Tingkat kepentingan koefisien determinasi dinyatakan melalui nilai *squared multiple correlation* (R^2) yang mengindikasikan seberapa besar variabilitas variabel Y oleh variabel X dan Z (Ghozali, 2014).