

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek Penelitian pada penelitian ini penulis menguji pengaruh dari *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Price* terhadap *Willingness to Subscribe*. Variabel yang diteliti terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas (*independent variable*) pada penelitian ini ada tiga yaitu *Perceived Usefulness* (X_1), *Perceived Ease of Use* (X_2), dan *Perceived Price* (X_3). Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) pada penelitian ini *Consumer Behavior* yaitu *Intention to Use* (Y).

Penelitian ini akan menjelaskan mengenai gambaran *Perceived Usefulness* (X_1), *Perceived Ease of Use* (X_2), *Perceived Price* (X_3), dan *Willingness to Subscribe* atau *Intention to Use* (Y) pada layanan *streaming video on demand* Netflix dan pengaruh *Perceived Usefulness* (X_1), *Perceived Ease of Use* (X_2), *Perceived Price* (X_3) terhadap *Intention to Use* (Y) berdasarkan persepsi pengguna *streaming video on demand* Netflix di Kota Bandung.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu langkah ilmiah dalam mendapatkan data yang mendeskripsikan, membuktikan, mengembangkan dan menemukan pengetahuan tertentu yang mampu dipahami dan memecahkan suatu masalah dalam suatu bidang tertentu. (Sugiyono, 2014). Sugiyono (2014). juga mengatakan tujuan penelitian bersifat pendeskripsian, pembuktian, pengembangan, dan penemuan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan

verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memiliki variabel yang berdiri sendiri tanpa membandingkan maupun mencari hubungan dengan variabel lainnya (Sugiyono, 2014). Sedangkan Penelitian verifikatif, Sugiyono (2014). mengatakan bahwa penelitian verifikatif merupakan metode penelitian melalui perbandingan suatu variabel atau lebih pada sampel yang berbeda ataupun pada waktu yang berbeda serta menguji kebenarannya.

Gambaran mengenai *Perceived usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived price* didapatkan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Sedangkan untuk memperoleh kebenaran dari hipotesis pengaruh dari *Perceived usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived price* terhadap *Intention to use* menggunakan metode penelitian verifikatif. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian deskriptif dan verifikatif yang juga disebut sebagai *explanatory survey* karena penelitian ini merupakan penelitian kausalitas atau hubungan sebab akibat antara variabel independen (*independent variable*) dan variabel dependen (*dependent variable*). Dalam memperoleh data yang relevan mengenai pengaruh kausalitas *Perceived usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived price* terhadap *Intention to use* pada layanan *video on demand* Netflix di Kota Bandung, peneliti akan melakukan metode pengumpulan data kuisisioner. Berdasarkan kurun waktu untuk melakukan penelitian, metode penelitian yang digunakan adalah *Cross Sectional Method* karena penelitian dilakukan kurang dari satu tahun.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah jawaban dari pertanyaan pada riset diperoleh dari rencana kerja yang tersusun dari variabel yang berhubungan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian desain kausalitas yang merupakan hubungan sebab akibat dari beberapa variabel. Penelitian ini memiliki tujuan menjelaskan serta mengungkapkan bukti hubungan sebab akibat dari *Perceived usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived price* terhadap *Intention to use*.

3.3 Operasional Variabel

Pada penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu variabel independent (*independent variable*) dan variabel dependen (*dependent variable*). *Perceived Usefulness* (X_1), *Perceived Ease of Use* (X_2), dan *Perceived Price* (X_3), sebagai variabel independen (*independent variable*). Sedangkan variabel dependen (*dependent variable*) pada penelitian ini adalah *Intention to Use* (Y). Di bawah ini merupakan tabel operasionalisasi variabel dari penelitian ini.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Pernyataan Tertutup	Pertanyaan Terbuka
<i>Perceived Usefulness</i> (X_1)	<i>Work more quickly</i>	Tingkat dimana pengguna merasa teknologi tersebut mempercepat waktu dalam mencari informasi mengenai pekerjaannya.	Interval	Persepsi anda mengenai layanan Netflix dalam melakukan pencarian film/series yang diinginkan.	Menurut anda apakah layanan Netflix memudahkan anda dalam melakukan pencarian film/series yang diinginkan? Berikan alasan.
		Tingkat dimana pengguna merasa pekerjaannya dapat diselesaikan lebih cepat jika menggunakan suatu teknologi.	Interval	Persepsi anda terhadap upaya yang dilakukan layanan Netflix dalam memberikan akses untuk menonton film/series yang diinginkan.	Menurut anda apakah layanan Netflix memberikan akses yang cepat saat anda menonton film/series yang diinginkan? Berikan alasan.
	<i>Useful</i>	Tingkat pengguna merasa teknologi berguna dalam mencari informasi mengenai pekerjaannya.	Interval	Persepsi anda mengenai kebergunaan Netflix saat mencari film/series yang anda inginkan.	Menurut anda apakah Netflix berguna bagi anda ketika ingin mencari film/series yang diinginkan? Berikan alasan.
		Tingkat pengguna merasa teknologi dapat berguna	Interval	Persepsi anda mengenai kebergunaan	Menurut anda apakah Netflix berguna saat

Yolanda Indah Irawanty, 2021

PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, DAN PERCEIVED PRICE TERHADAP INTENTION TO USE NETFLIX DI KOTA BANDUNG

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

	untuk pekerjaannya.		Netflix saat menonton film/series yang anda inginkan.	menonton film/series yang diinginkan? Berikan alasan.
<i>Effectiveness</i>	Tingkat pengguna merasa teknologi mengefektifkan pencarian informasi mengenai pekerjaannya.	Interval	Tingkat layanan Netflix sebagai aplikasi yang efektif untuk menemukan film/series yang anda inginkan.	Apakah menurut anda Netflix merupakan aplikasi yang efektif untuk menemukan film/series yang anda inginkan? Berikan alasan.
	Tingkat pengguna merasa teknologi dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan efektif.	Interval	Tingkat layanan Netflix sebagai tempat yang efektif bagi anda ketika menonton film/series yang anda inginkan.	Menurut anda apakah Netflix merupakan tempat yang efektif untuk menonton film/series? Berikan alasan.
<i>Easier</i>	Tingkat pengguna merasa teknologi memudahkan pencarian informasi.		Persepsi anda mengenai layanan Netflix yang membantu anda menemukan film/series yang diinginkan.	Menurut anda apakah layanan Netflix memudahkan anda menemukan film/series yang diinginkan? Berikan alasan.
	Tingkat pengguna merasa teknologi memudahkan menyelesaikan pekerjaannya.	Interval	Persepsi anda mengenai layanan Netflix yang membantu anda untuk menonton film/series yang diinginkan.	Menurut anda apakah layanan Netflix memudahkan anda untuk menonton film/series yang diinginkan? Berikan alasan.
<i>Performance</i>	Tingkat pengguna merasa teknologi meningkatkan kinerja pekerjaannya.	Interval	Persepsi anda mengenai kinerja menonton film/series di layanan	Apakah layanan Netflix meningkatkan kinerja menonton film/series

				Netflix sebagai hiburan.	sebagai hiburan? Berikan alasan.
Perceived Ease of Use (X₂)	<i>Easy to learn</i>	Tingkat pengguna merasa teknologi dapat dipahami dengan jelas.	Interval	Tingkat pemahaman anda mengenai fitur yang disediakan oleh Netflix.	Menurut anda apakah fitur dari layanan Netflix mudah dipahami? Berikan alasan.
		Tingkat pengguna merasa teknologi mudah dipelajari.	Interval	Persepsi anda dalam mempelajari penggunaan layanan Netflix.	Apakah penggunaan layanan Netflix mudah dipelajari? Berikan alasan.
	<i>Easy to understand</i>	Tingkat pengguna merasa teknologi mudah dimengerti.	Interval	Tingkat layanan Netflix mengenai kemudahan anda untuk mengerti dengan fitur yang disediakan.	Menurut anda apakah fitur layanan Netflix mudah dimengerti? Berikan alasan.
		Tingkat pengguna merasa teknologi tidak memberikan kesulitan.	Interval	Persepsi anda mengenai penggunaan fitur layanan saat menonton film/series di Netflix.	Menurut anda apakah fitur layanan Netflix mudah digunakan saat menonton film/series yang diinginkan? Berikan alasan.
	<i>Effortless</i>	Tingkat pengguna merasa tidak memerlukan usaha lebih untuk menggunakannya.	Interval	Tingkat persepsi anda mengenai layanan Netflix yang tidak membutuhkan usaha yang lebih dalam penggunaannya.	Menurut anda apakah layanan Netflix tidak memerlukan usaha yang lebih saat menggunakannya? Berikan alasan.
	<i>Easy to use</i>	Tingkat pengguna merasa teknologi memudahkan untuk mencari informasi.	Interval	Persepsi anda saat mengoperasikan layanan Netflix.	Menurut anda apakah layanan Netflix memudahkan anda dalam

					penggunaannya? Berikan alasan.
		Tingkat pengguna merasa teknologi mudah digunakan.	Interval	Persepsi anda mengenai teknis pembayaran untuk berlangganan Netflix.	Apakah menurut anda teknis pembayaran untuk berlangganan Netflix itu mudah? Berikan alasan.
		Tingkat pengguna merasa teknologi memiliki keberagaman pembayaran.	Interval	Persepsi anda mengenai sistem pembayaran Netflix.	Menurut anda apakah sistem pembayaran Netflix itu beragam? Berikan alasan.
<i>Perceived Price (X₃)</i>	Kesesuaian harga dengan manfaat	Tingkat pengguna merasa teknologi memiliki harga yang sesuai dengan manfaat	Interval	Tingkat kesesuaian harga pada layanan Netflix dengan manfaatnya.	Apakah menurut anda harga layanan Netflix sudah sesuai dengan manfaatnya? Berikan alasan.
	Kesesuaian harga dengan kualitas	Tingkat pengguna merasa teknologi memiliki harga sesuai dengan kualitasnya.	Interval	Tingkat kesesuaian harga pada layanan Netflix dengan kualitasnya.	Menurut anda, apakah harga layanan Netflix sudah sesuai dengan kualitasnya? Berikan Alasan.
<i>Intention to Use (Y)</i>	Keinginan untuk menggunakan.	Tingkat ketertarikan konsumen untuk menggunakan suatu teknologi.	Interval	Tingkat ketertarikan anda untuk menggunakan/berlangganan Netflix.	Apakah anda tertarik untuk menggunakan/berlangganan Netflix? Berikan alasan.
	Keinginan mencoba menggunakan.	Tingkat keinginan konsumen untuk mencoba menggunakan suatu teknologi.	Interval	Persepsi anda mengenai kecenderungan anda untuk menggunakan/berlangganan Netflix.	Apakah anda memutuskan untuk menggunakan/berlangganan Netflix? Berikan alasan.
	Keinginan untuk menggunakan lagi di kemudian hari.	Tingkat keinginan untuk menggunakan suatu teknologi lagi di kemudian hari.	Interval	Persepsi anda mengenai kecenderungan untuk menggunakan/berlangganan	Apakah anda tertarik untuk menggunakan/berlangganan Netflix di kemudian hari? Berikan alasan.

				Netflix lagi di kemudian hari.	
--	--	--	--	-----------------------------------	--

Pengukuran variabel pada penelitian ini menggunakan skala *Semantic Differential*. *Semantic Differential* merupakan skala yang bersifat bipolar (dua kutub yang berlawanan) dimana ini digunakan untuk mengukur sikap dalam bentuk pilihan yang tersusun dalam satu garis kontinum. Sugiyono (2014) mengatakan bahwa skala interval digunakan untuk mengukur sifat yang dimiliki oleh responden mengenai suatu hal tertentu.

3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang didapatkan dari metode kuantitatif. Metode Kuantitatif adalah metode yang dilakukan untuk meneliti pada suatu sampel dan populasi yang memiliki tujuan untuk menguji hipotesis. (Sugiyono, 2014). Data yang didapatkan berupa data yang dapat diukur dan berupa informasi yang dinyatakan dalam bentuk bilangan atau angka. Sedangkan sumber data pada penelitian ini menggunakan sumber data yang dikelompokkan menjadi dua yaitu

1. Data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumbernya. Data yang berasal dari pengguna layanan *streaming video on demand* yang akan secara langsung diperoleh dalam melakukan penelitian ini.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber, antara lain buku, situs internet, jurnal dan artikel ilmiah yang berkaitan dengan penelitian ini.

Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Pengguna Internet di dunia	Sekunder	<i>WeareSocial Hootsuite 2021</i>
2.	Pengguna Internet di Indonesia	Sekunder	<i>WeareSocial Hootsuite 2021</i>
3.	Konten Hiburan Paling Sering Dikunjungi Pengguna Internet di Indonesia.	Sekunder	<i>Katadata.com</i>
4.	Pertumbuhan SVoD (<i>Streaming Video on Demand</i>) setelah Pandemi.	Sekunder	<i>WeareSocial Hootsuite 2021</i>
5.	Pengguna Netflix	Sekunder	BBC
6.	Pra Penelitian Minat Penggunaan Netflix di Kota Bandung	Primer	Responden
7.	<i>Perceived Usefulness</i> Netflix di Kota Bandung	Primer	Responden
8.	<i>Perceived Ease of Use</i> Netflix di Kota Bandung	Primer	Responden
9.	<i>Perceived Price</i> Netflix di Kota Bandung	Primer	Responden
10.	<i>Intention to Use</i> Netflix di Kota Bandung	Primer	Responden

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara dalam memperoleh data penelitian. Pada penelitian ini penulis melakukan Teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti artikel, buku, majalah bisnis, jurnal ilmiah, dan situs internet yang memiliki relevansi dengan kajian yang akan di teliti serta mampu mendukung teori dan konsep penelitian yang berguna dalam melakukan penelitian.

2. Kuesioner, yaitu suatu cara yang dilakukan untuk mendapatkan data informasi dari responden yang dituju berupa kumpulan pertanyaan maupun pernyataan yang akan dijawab oleh responden dengan kalimat yang dapat dipahami. Pada penelitian ini akan menggunakan kuesioner online dari Google Docs yang terdapat kumpulan pertanyaan mengenai *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Price* terhadap *Intention to Use* pada layanan *streaming video on demand* Netflix. Kuesioner ini berupa pernyataan tertutup dan terbuka.
3. Wawancara, penelitian ini dilakukan wawancara kepada responden yang bersangkutan dengan penelitian ini yang dimaksudkan untuk menghasilkan data yang lebih mendalam dari responden.

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi

Sugiyono (2014) mengatakan bahwa populasi merupakan suatu kesimpulan yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang terdiri dari subjek dan objek yang memiliki karakter dan kualitas yang telah di generalisasi. Total pengguna Netflix di Indonesia sebanyak 850.000 pengguna dan populasi sasaran dalam penelitian ini adalah pengguna layanan *streaming video on demand* Netflix di kota Bandung dengan jumlah yang tidak dapat diketahui.

3.5.2 Sampel

Sugiyono (2014) mengatakan sampel merupakan bagian dari seluruh dari populasi. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna layanan *streaming video on demand* Netflix di Kota Bandung yang jumlahnya tidak dapat diketahui. Oleh karena itu, dalam menentukan jumlah sampel dari populasi pada penelitian ini menggunakan Teknik *nonprobability sampling* yaitu Teknik *sampling purposive*. Teknik *sampling purposive* adalah pengambilan sampel yang ditentukan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. (Sugiyono (2014). Jumlah sampel pada penelitian ini

menggunakan rumus Lameshow berdasarkan Lameshow et al. (1990) yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel (responden penelitian)

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d² = Presisi yang ditetapkan pada penelitian ini, presisi yang ditetapkan sebesar 10%

Berdasarkan rumus Lameshow, sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 \approx 100$$

Maka didapatkan jumlah sampel sebanyak $96,04 \approx 100$ sehingga setidaknya penelitian ini dilakukan pada jumlah sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100

responden dari populasi pengguna layanan *streaming video on demand* di kota Bandung.

3.5.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu dengan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* sendiri merupakan Teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau karakteristik yang telah ditentukan sehingga data yang didapatkan dapat lebih representatif. (Sugiyono, 2014) Peneliti akan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form* dan disebarkan kepada responden melalui *social media*. Pada penelitian ini, sampel yang diambil merupakan pengguna Netflix dengan minimal sudah berlangganan selama 3 bulan dan membayar biaya langganan secara pribadi.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Sebelum menggunakan angket dalam penelitian, angket penelitian harus dilakukan pengujian terlebih dahulu agar instrumen yang disusun merupakan hasil yang baik dan sesuai. Uji Instrumen pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah tingkat kevalidan suatu instrumen penelitian yang terukur. Uji validitas merupakan pengukuran keabsahan suatu angket pada penelitian. Instrumen yang valid apabila data pada variabel yang diteliti dengan tepat. Pada uji validitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *pearson product moment*. Sugiyono (2014) menjabarkan rumus *pearson product moment* sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

Σx = Jumlah nilai variabel X

Σy = Jumlah nilai variabel Y

Σx_i^2 = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X

Σy_i^2 = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y

N = Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas responden adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan tidak valid apabila r_{hitung} lebih kecil daripada r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Pada pengujian validitas ini dilakukan oleh responden sebanyak 30 responden dengan r_{tabel} sebesar 0,361. Hasil dari uji validitas instrumen penelitian untuk variabel *Perceived Usefulness* (X_1), *Perceived Ease of Use* (X_2), dan *Perceived Price* (X_3) dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel *Perceived Usefulness* (X_1) *Perceived Ease of Use* (X_2), dan *Perceived Price* (X_3)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Perceived Usefulness (X₁)</i>				
<i>Work more quickly</i>				

1.	Persepsi anda mengenai layanan Netflix dalam melakukan pencarian film/series yang diinginkan.	0,770	0,361	Valid
2.	Persepsi anda terhadap upaya yang dilakukan layanan Netflix dalam memberikan akses untuk menonton film/series yang diinginkan.	0,749	0,361	Valid
<i>Useful</i>				
3.	Persepsi anda mengenai kebergunaan Netflix saat mencari film/series yang anda inginkan.	0,740	0,361	Valid
4.	Persepsi anda mengenai kebergunaan Netflix saat menonton film/series yang anda inginkan.	0,592	0,361	Valid
<i>Effectiveness</i>				
5.	Tingkat layanan Netflix sebagai aplikasi yang efektif untuk menemukan film/series yang anda inginkan.	0,759	0,361	Valid
6.	Tingkat layanan Netflix sebagai tempat yang efektif bagi anda ketika menonton film/series yang anda inginkan.	0,736	0,361	Valid
<i>Easier</i>				
7.	Persepsi anda mengenai layanan Netflix yang membantu anda menemukan film/series yang diinginkan.	0,780	0,361	Valid
8.	Persepsi anda mengenai layanan Netflix yang membantu anda untuk menonton film/series yang diinginkan.	0,776	0,361	Valid
<i>Performance</i>				
9.	Persepsi anda mengenai kinerja menonton film/series di layanan Netflix sebagai hiburan.	0,604	0,361	Valid
<i>Perceived Ease of Use (X₂)</i>				
<i>Easy to learn</i>				
10.	Tingkat pemahaman anda mengenai fitur yang disediakan oleh Netflix.	0,849	0,361	Valid
11.	Persepsi anda dalam mempelajari penggunaan layanan Netflix.	0,871	0,361	Valid
<i>Easy to understand</i>				

12.	Tingkat layanan Netflix mengenai kemudahan anda untuk mengerti dengan fitur yang disediakan.	0,827	0,361	Valid
13.	Persepsi anda mengenai penggunaan fitur layanan saat menonton film/series di Netflix.	0,924	0,361	Valid
<i>Effortless</i>				
14.	Tingkat persepsi anda mengenai layanan Netflix yang tidak membutuhkan usaha yang lebih dalam penggunaannya.	0,790	0,361	Valid
<i>Easy to use</i>				
15.	Persepsi anda saat mengoperasikan layanan Netflix.	0,885	0,361	Valid
16.	Persepsi anda mengenai teknis pembayaran untuk berlangganan Netflix.	0,775	0,361	Valid
17.	Persepsi anda mengenai sistem pembayaran Netflix	0,765	0,361	Valid
<i>Perceived Price (X₃)</i>				
18.	Tingkat kesesuaian harga pada layanan Netflix dengan manfaatnya.	0,855	0,361	Valid
19.	Tingkat kesesuaian harga pada layanan Netflix dengan kualitasnya.	0,892	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan oleh penulis melalui SPSS 26.0 for windows, 2021

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 3.2, maka semua pernyataan mengenai *Perceived Usefulness (X₁)*, *Perceived Ease of Use (X₂)*, dan *Perceived Price (X₃)* dapat dinyatakan sudah valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel *Intention to Use (Y)*

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Willingness to Subscribe (Y)</i>				
1.	Tingkat ketertarikan anda untuk menggunakan/berlangganan Netflix.	0,906	0,361	Valid
2.	Persepsi anda mengenai kecenderungan anda untuk menggunakan/berlangganan Netflix.	0,867	0,361	Valid

Yolanda Indah Irawanty, 2021

PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, DAN PERCEIVED PRICE TERHADAP INTENTION TO USE NETFLIX DI KOTA BANDUNG

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

3.	Persepsi anda mengenai kecenderungan untuk menggunakan/ berlangganan Netflix lagi di kemudian hari	0,914	0,361	Valid
----	--	-------	-------	-------

Sumber: Hasil Pengolahan oleh penulis melalui SPSS 26.0 for windows, 2021

Berdasarkan hasil uji validasi yang dilakukan, Tabel 3.3 menyatakan bahwa semua pernyataan mengenai *Intention to Use* (Y) telah valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.6.2 Uji Realibilitas

Uji reabilitas adalah ukuran kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk kuisioner sehingga dapat dipercaya. Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *alpha Cronbach* yaitu sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r = Reabilitas instrumen

k = Jumlah butiran pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varian butiran

σ^2 = Varian total

Jumlah varian tiap skor dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum x^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

σ^2 = Harga varian total

Σx^2 = Jumlah kuadrat skor total

$(\Sigma x)^2$ = Jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N = Jumlah responden

Keputusan pengujian reliabilitas yaitu sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Pada uji reliabilitas ini dilakukan kepada responden sebanyak 30 responden dan hasil dari uji reliabilitas instrumen penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Perceived Usefulness* (X_1), *Perceived Ease of Use* (X_2), *Perceived Price* (X_3), dan *Intention to Use* (Y)

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	<i>Perceived Usefulness</i> (X_1)	0,774	0,700	Reliabel
2.	<i>Perceived Ease of Use</i> (X_2)	0,792	0,700	Reliabel
3.	<i>Perceived Price</i> (X_3)	0,879	0,700	Reliabel
4.	<i>Intention to Use</i> (Y)	0,860	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan oleh penulis melalui SPSS 26.0 for windows, 2021

Pada tabel 3.4, maka dapat diketahui bahwa hasil uji reliabilitas instrumen penelitian variabel X dan Y dinyatakan reliabel atau dinyatakan reabilitas memadai atau mencukupi (*sufficient reliability*). Perhitungan reliabilitas melalui SPSS 26.0 for windows diperoleh nilai Alpha $> 0,700$.

3.7 Rancangan Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memiliki tujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan variabel-variabel yang akan di teliti diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif mengenai *Perceived Usefulness*
2. Analisis deskriptif mengenai *Perceived Ease of Use*
3. Analisis deskriptif mengenai *Perceived Price*
4. Analisis deskriptif mengenai *Intention to Use*

Dalam penelitian ini melakukan analisis deskriptif dengan cara mengolah data kuesioner dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan jumlah skor kriterium (SK).

$$\mathbf{SK = ST \times JB \times JR}$$

Keterangan:

SK = Skor kriterium

ST = Skor tertinggi

JB = Jumlah butir

JR = Jumlah responden

2. Membandingkan jumlah skor hasil angket dengan jumlah skor kriterium untuk mencari jumlah skor hasil skor yang menggunakan rumus:

$$\sum xi = x1 + x2 + x3 + \dots + xn$$

Keterangan:

X_i = Jumlah skor

$X_1 + x_2$ = Jumlah skor angket masing-masing responden

3. Membuat daerah kategori kontinum, untuk melihat gambaran tentang variabel secara menyeluruh menjadi tujuh tingkatan yaitu sangat rendah, cukup rendah, rendah, sedang, cukup tinggi, tinggi, dan sangat tinggi dengan melakukan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

Kontinum tinggi menggunakan rumus:

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Kontinum rendah menggunakan rumus :

$$SK = SR \times JB \times JR$$

Keterangan:

ST = Skor tertinggi

SR = Skor terendah

JB = Jumlah buir

JR = Jumlah responden

- b. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{\text{Skor Kontinum Tertinggi} - \text{Skor Kontinum Rendah}}{\text{Jumlah Interval}}$$

- c. Menentukan garis kontinum dan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan presentase letak skor hasil penelitian (rating scale) dalam garis kontinum ($S/\text{Skor maksimal} \times 100\%$).

Sangat Rendah	Rendah	Cukup Rendah	Netral	Cukup Tinggi	Tinggi	Sangat Tinggi
---------------	--------	--------------	--------	--------------	--------	---------------

Gambar 3.1 Contoh Garis Kontinum

- d. Membandingkan skor total tiap variabel dengan parameter di atas untuk mendapatkan gambaran *Perceived Usefulness* (X_1), *Perceived Ease of Use* (X_2), *Perceived Price* (X_3) dan *Intention to Use* (Y).

3.7.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif ini dilakukan dengan tujuan menguji nilai hipotesis suatu variabel. Pada penelitian ini akan diketahui pengaruh antara *Perceived Usefulness* (X_1), *Perceived Ease of Use* (X_2), dan *Perceived Price* (X_3) terhadap *Intention to Use* (Y). Penelitian ini meneliti 4 variabel dimana terdapat 3 variabel independen maka menggunakan analisis korelasi sederhana dan regresi berganda.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Dalam memprediksi masalah yang diteliti harus mendapatkan model yang tidak bias (unbiased), maka model tersebut harus bebas dari uji asumsi klasik yaitu sebagai berikut:

1.8.1 Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal sehingga menggunakan uji normalitas untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi secara normal sehingga digunakan uji normalitas untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas ini dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P-Plot, uji *Chi Square*, *Skewnes* dan *Kurtonis* atau dengan uji *Kolmogorov Smirnov*. Analisis regresi merupakan bagian dari analisis data statistik parametris. Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa asumsi utama dalam melakukan analisis statistika parametris adalah data yang dianalisis harus

berdistribusi normal. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui kondisi data apakah berdistribusi normal atau tidak. Untuk diketahui apakah data yang dianalisis di penelitian ini berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukanlah uji normalitas ini.

1.8.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan kondisi dimana terdapat korelasi variabel bebas (*independent variable*) antara satu variabel dan lainnya atau disebut dengan variabel *orthogonal*. Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan ada atau tidak korelasi variabel bebas. (Sugiyono, 2014). Variabel *orthogonal* merupakan variabel yang memiliki nilai korelasi sama dengan nol dengan variabel lainnya. Untuk melakukan uji multikolinieritas dengan mengetahui nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$.

1.8.3 Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan varian disturbance term yang dibatasi oleh nilai tertentu mengenai variabel-variabel bebas adalah berbentuk suatu nilai yang konstan. Jika varian residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas sebaliknya jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. (Sugiyono, 2014). Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser dengan catatan nilai Sig. uji $t > 0,05$.

1.8.4 Uji Autokorelasi

Sugiyono (2014) mengatakan bahwa uji autokorelasi memiliki tujuan mengetahui apakah dalam persamaan regresi terdapat kondisi serial atau tidak antara variabel pengganggu. Pendekatan yang digunakan menggunakan pendekatan *Dorbin Watson* (DW) test. Kaidah yang digunakan untuk mengetahui model regresi terjadi atau tidak adanya korelasi adalah $D_w > D_u$ atau $4 - D_u > D_w$ atau $4 - D_u > D_u < D_w$

3.9 Analisis Korelasi (R)

Analisis Korelasi pada penelitian ini adalah korelasi berganda (*multiple correlation*). Korelasi berganda adalah suatu korelasi yang bermaksud untuk melihat hubungan antara 3 atau lebih variabel. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{y.x1.x2} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

N = Banyaknya responden

Sugiyono (2014) menjelaskan untuk mengetahui kuat rendahnya suatu hubungan pengaruh mengikuti ketentuan berikut ini:

Tabel 3.6 Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0-0,199	Sangat Rendah
0,2-0,399	Rendah
0,4-0,599	Sedang
0,6-0,799	Kuat
0,8-1	Sangat Kuat

3.10 Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis regresi berganda ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen yaitu *Willingness to Subscribe/Intention to Use* (Y) dapat diprediksikan melalui variabel independent yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Price*. Sugiyono (2014) menyebutkan bahwa regresi linier berganda adalah suatu persamaan yang menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel bebas sebagai predictor (X_k) serta untuk mengetahui arah hubungan dari variabel bebas dan variabel terikat. Rumus dari regresi linear berganda didasarkan Sugiyono (2014) didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b_1, b_2, \dots, b_n = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independent. Bila b (+) maka naik dan jika (-) maka terjadi penurunan.

X_1, X_2, \dots, X_n = Subjek pada variabel independent yang mempunyai nilai tertentu.

Harga a dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Harga b dihitung dengan rumus:

$$b = \frac{n \sum XY - \sum Y \sum X}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

3.11 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan dari *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Price* sebagai variabel independen (*independent variable*) terhadap *Intention to Use* sebagai variabel dependen (*dependent variable*) sehingga dapat dihasilkan penerimaan atau penolakan dari hipotesis yang dilakukan. Hipotesis sendiri merupakan hasil penelitian yang sementara karena jawaban yang berdasarkan teori relevan dan belum didasari oleh fakta-fakta empiris. Untuk menguji hipotesis peneliti menggunakan uji statistik yaitu uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F).

3.11.1 Uji Parsial (t)

Uji parsial t merupakan pengujian hipotesis regresi majemuk secara individual atau parsial. Uji t digunakan untuk mengetahui bahwa variabel independen (*independent variable*) secara parsial mempengaruhi variabel dependen (*dependent variable*). Untuk menguji korelasi antara variabel dengan menggunakan rumus distribusi student (t student) yaitu sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Distribusi student

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

3.11.2 Uji Simultan (F)

Uji Simultan (F) merupakan pengujian hipotesis regresi majemuk secara keseluruhan atau simultan. Uji F digunakan untuk menguji keseluruhan variabel independen (*independent variable*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (*dependent variable*) secara simultan. Untuk menguji hubungan regresi secara simultan yaitu sebagai berikut:

$$f_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 : Koefisien determinasi gabungan

k : Jumlah variabel independent

n : Jumlah sampel