



BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas mengenai metode penelitian yang memfokuskan mengenai seluruh rancangan penelitian yang dilaksanakan. Secara garis besar bab ini terdiri dari obyek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Objek penelitian yang dilakukan adalah pada Netflix di Indonesia. Variabel-variabel penelitian terdiri dari kualitas layanan, harga, promosi, dan keputusan pembelian. Kemudian metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara survei. Untuk analisis data terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif dengan menggunakan SPSS 26.0 dan PLS-SEM dengan menggunakan SmartPLS 3.3.3.

A. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah Netflix di Indonesia dan yang menjadi subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan dan membeli paket langganan Netflix di Indonesia.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper & Schindler (2017, p. 146) desain penelitian adalah rencana dan struktur penyelidikan yang disusun untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Desain penelitian didasarkan pada aktivitas, waktu, dan pertanyaan penelitian untuk memilih informasi dan merupakan kerangka kerja untuk menjelaskan hubungan di antara variabel-variabel penelitian. Desain penelitian menunjukkan struktur masalah penelitian, kerangka kerja, organisasi atau konfigurasi dari hubungan antar variabel studi yang diteliti. Desain penelitian membantu peneliti dalam



mengalokasikan sumber daya yang terbatas dengan mengajukan pilihan-pilihan penting dalam metodologi.



1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dalam Cooper & Schindler (2017, p. 147) desain penelitian diklasifikasikan ke dalam delapan perspektif. Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah:

(1) Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Studi dapat dipandang sebagai studi eksploratif atau formal. Pada penelitian ini termasuk studi formal. Studi ini dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat dan spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain penelitian formal adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan.

(2) Metode Pengumpulan Data

Pengklasifikasian membedakan antara pengamatan dan proses komunikasi. Pada penelitian ini akan menggunakan studi komunikasi. Dalam studi komunikasi, dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada subyek peneliti dan mengumpulkan tanggapan mereka berdasarkan makna personal maupun umum. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Dalam metode survei, peneliti menyebarkan kuisisioner secara daring yang berisi daftar pertanyaan dengan mengajukan pertanyaan dalam kuesioner tersebut. Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isi yang harus diisi dan diberikan kepada subyek penelitian.

(3) Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Pengendalian variabel peneliti dibedakan menjadi dua, yaitu desain eksperimental dan *ex post facto*. Pada penelitian ini, menggunakan desain *ex post facto*, karena peneliti tidak memiliki kontrol atau tidak dapat memanipulasi variabel-variabel



dalam studi. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang terjadi atau apa yang sedang terjadi.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

(4) Tujuan Studi

Penelitian ini menggunakan studi kausal, karena penelitian ini ingin menjelaskan hubungan antar variabel. Peneliti ingin mempelajari bagaimana suatu variabel dapat mempengaruhi variabel yang lain. Peneliti ingin melihat apakah terdapat pengaruh kualitas layanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pengguna Netflix di Indonesia.

(5) Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan studi *cross-sectional*, yaitu studi yang dilakukan satu kali dan menyajikan potret satu kejadian dalam satu waktu.

(6) Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik, dimana hipotesis yang diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Studi ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel.

(7) Lingkungan Penelitian

Penelitian ini menggunakan kondisi lingkungan kondisi lapangan, dimana subyek dan obyek dari penelitian ini berada di kondisi lingkungan aktual.

(8) Kesadaran Persepsi Partisipan

Hasil kesimpulan penelitian ini bergantung pada jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian, dimana persepsi subyek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian. Dalam penelitian ini persepsi subyek yang diusahakan adalah subyek tidak merasakan adanya penyimpangan dari keadaan sehari-hari.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Variabel Penelitian

Dalam pengujian SEM, ada yang disebut dengan variabel laten. Menurut Hair et al. (2018), variabel laten atau konstruk laten adalah konsep yang dihipotesiskan dan tidak teramati (*unobserved*) yang dapat diwakili oleh yang dapat diamati (*observed*) atau variabel terukur. Variabel atau konstruk laten tidak dapat diukur secara langsung. Variabel laten diukur secara tidak langsung dengan memeriksa hubungan antara beberapa variabel yang diukur, disebut sebagai variabel *manifest* atau indikator, yang dikumpulkan melalui berbagai metode pengumpulan data, seperti misalnya survei, test, metode observasi. Variabel laten dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Eksogen/ Konstruk Eksogen

Menurut Hair et al., variabel eksogen merupakan variabel laten yang nilainya ditentukan oleh faktor-faktor di luar model, yaitu tidak dijelaskan oleh konstruk atau variabel lain dalam model (tidak dikenai anak panah), sehingga disebut independen. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel eksogen, yaitu kualitas layanan, harga, dan promosi.

a. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah kemampuan layanan Netflix di Indonesia untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dari persepsi pelanggan. Dimensi dan indikator kualitas layanan adalah sebagai berikut

Tabel 3.1
Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan

Dimensi	Indikator	Item	Simbol	Skala
Bukti fisik	Tampilan Visual	1. Saya merasa tampilan visual Netflix di Indonesia terlihat modern.	KL1	Interval
		2. Saya merasa tertarik melihat tampilan visual Netflix di Indonesia.	KL2	
	Fitur Aplikasi	3. Saya merasa fitur aplikasi Netflix di Indonesia terlihat modern.	KL3	
		4. Saya merasa tertarik melihat fitur aplikasi Netflix di Indonesia.	KL4	
		5. Saya merasa fitur aplikasi Netflix di Indonesia terlihat lengkap.	KL5	
Kehandalan	Kehandalan dalam penanganan masalah layanan pelanggan	6. Saya dapat mengandalkan Netflix di Indonesia dalam menyelesaikan masalah yang saya dihadapi.	KL6	Interval
Ketanggapan	Memberikan layanan yang cepat	7. Saya mendapatkan layanan yang cepat tanggap dari Netflix di Indonesia.	KL7	Interval
	Kesediaan untuk membantu pelanggan	8. Saya merasakan kesediaan Netflix di Indonesia dalam membantu kesulitan yang saya rasakan.	KL8	Interval
Jaminan atau Kepastian	Membuat pelanggan merasa aman atas layanannya	9. Saya merasa aman menggunakan layanan Netflix di Indonesia, karena layanannya sudah sesuai dengan budaya di Indonesia.	KL9	Interval

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dimensi	Indikator	Item	Simbol	Skala
	Menanamkan kepercayaan kepada pelanggan	10. Saya merasa percaya dengan Netflix di Indonesia karena reputasinya.	KL10	Interval
Empati	Memberi perhatian secara individual kepada pelanggan	11. Saya diberikan perhatian secara individual oleh Netflix di Indonesia.	KL11	Interval
	Memahami kebutuhan pelanggan	12. Saya merasa kebutuhan saya dipahami oleh Netflix di Indonesia.	KL12	Interval

b. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen ketika mereka melakukan pembelian untuk dapat menggunakan layanan Netflix di Indonesia yang ingin dibelinya. Dimensi dan indikator harga adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Dimensi dan Indikator Harga

Dimensi	Indikator	Item	Simbol	Skala
Keterjangkauan harga	Harga yang ditetapkan terjangkau	1. Saya merasa harga yang ditetapkan Netflix di Indonesia terjangkau.	H1	Interval
Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan	Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas pelayanan	2. Saya merasa harga yang ditawarkan Netflix di Indonesia sesuai dengan kualitas layanan yang didapatkan.	H2	Interval
	Harga yang ditetapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan	3. Saya merasa dengan harga yang ditetapkan Netflix di Indonesia mampu meningkatkan kualitas layanan yang diberikan.	H3	Interval



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dimensi	Indikator	Item	Simbol	Skala
Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan manfaat yang dirasakan	4. Saya merasa dengan harga yang ditetapkan Netflix di Indonesia sudah sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.	H4	Interval
	Harga yang ditetapkan mampu meningkatkan manfaat.	5. Saya merasa dengan harga yang ditetapkan Netflix di Indonesia meningkatkan manfaat yang saya rasakan	H5	Interval
Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Harga yang ditetapkan mampu bersaing dengan layanan sejenisnya	6. Saya merasa dengan harga yang ditetapkan Netflix di Indonesia mampu bersaing dengan layanan <i>video streaming on demand</i> lainnya	H6	Interval
	Harga yang ditetapkan mampu membuat konsumen memilih layanannya.	7. Saya merasa dengan harga yang ditetapkan membuat saya memilih Netflix di Indonesia dibanding layanan <i>video streaming on demand</i> lainnya.	H7	Interval

c. Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan dalam menginformasikan, membujuk, serta mempengaruhi konsumen mengenai manfaat atau keunggulan produknya kepada pelanggan, agar pelanggan mau membeli layanan Netflix di Indonesia.

Dimensi dan indikator promosi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Dimensi dan Indikator Promosi

Dimensi	Indikator	Item	Simbol	Skala
Periklanan	Iklan di Internet	1. Saya merasa tertarik dengan iklan pada media sosial Netflix di Indonesia.	P1	Interval
		2. Saya merasa mendapatkan pesan yang ingin disampaikan melalui iklan pada media sosial Netflix di Indonesia.	P2	Interval
	Iklan dalam bentuk lain	3. Saya sering melihat berbagai iklan Netflix di Indonesia pada berbagai media.	P3	Interval
Promosi penjualan	Demonstrasi	4. Saya senang karena Netflix di Indonesia memberikan layanan akses nonton gratis untuk beberapa film yang tersedia.	P4	Interval
Hubungan masyarakat	Acara khusus	5. Saya merasa terbantu dengan adanya <i>workshop</i> edukasi pembuatan film lokal berkualitas yang diadakan Netflix di Indonesia	P5	Interval
Pemasaran langsung	Pemasaran langsung melalui internet	6. Saya merasa menjalin hubungan yang baik dengan Netflix di Indonesia melalui komunikasi yang interaktif di media sosial.	P6	Interval
		7. Saya sering mendapatkan <i>e-mail</i> mengenai promosi layanan Netflix di Indonesia.	P7	

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Variabel Endogen/ Konstruk Endogen

Menurut Hair et al. (2018), variabel endogen merupakan variabel laten yang nilainya ditentukan oleh faktor-faktor dalam model dan bergantung pada variabel atau konstruk lain dan ketergantungan ini diwakili secara visual oleh jalur dari variabel eksogen ke variabel endogen (dikenai anak panah). Dalam penelitian ini terdapat satu variabel endogen, yaitu keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah keputusan yang dibuat sebelum melakukan pembelian oleh konsumen untuk menentukan merek layanan *video on demand* yang akan dibelinya.

Tabel 3.4
Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Item	Simbol	Skala
Keputusan Tentang Jenis Produk	Pilihan Paket Langganan	1. Saya merasa pilihan paket langganan Netflix di Indonesia sudah beragam.	KP1	Interval
		2. Saya merasa pilihan paket langganan Netflix di Indonesia sudah sesuai dengan kebutuhan saya.	KP2	
Keputusan Tentang Merek	Ketertarikan pada merek	3. Saya memilih Netflix di Indonesia untuk saya gunakan sebagai layanan <i>streaming video on demand</i> .	KP3	Interval
Waktu Pembelian	Waktu pembelian paket langganan	4. Saya dapat melakukan pembelian paket berlangganan Netflix di Indonesia kapan saja.	KP4	Interval
Keputusan Tentang Cara Pembayaran	Metode pembayaran yang disediakan beragam	5. Saya dapat melakukan pembayaran Netflix di Indonesia melalui berbagai macam metode pembayaran yang telah disediakan.	KP5	Interval

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Teknik Pengumpulan Sampel

1. Penentuan Populasi

Menurut Sekaran & Bougie (2017b, p. 53), populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal menarik, dimana peneliti ingin membuat opini berdasarkan statistik sampel. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna yang pernah membeli Netflix di Indonesia yang penggunaannya dalam waktu 1 tahun terakhir (April 2020 - April 2021).

2. Penentuan Sampel

Menurut Sekaran & Bougie (2017b, p. 54), sampel adalah sebagian dari populasi, yang terdiri atas anggota yang dipilih dari populasi. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode *Non Probability Sampling*. Menurut Sekaran & Bougie (2017b, p. 67), *Non Probability Sampling* adalah teknik pengumpulan sampel, dimana elemen dalam populasi tidak memiliki probabilitas yang melekat untuk terpilih menjadi sampel. Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah pengguna Netflix di Indonesia.

Untuk cara pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pengambilan sampel bertujuan (*Purposive Sampling*). Menurut Sekaran & Bougie (2017b, p. 67), *purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan karena mereka merupakan satu-satunya pihak yang memiliki informasinya atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Untuk jenis *purposive sampling* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pengambil sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (*Judgment Sampling*). Menurut Sekaran & Bougie (2017b, p. 68) *Judgment Sampling* digunakan ketika

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sejumlah atau kategori orang tertentu memiliki informasi yang dicari terbatas. Dalam penelitian ini syarat responden yang dipilih adalah responden yang pernah menggunakan dan membeli paket langganan Netflix Indonesia.

Pada penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis PLS-SEM. Menurut Ghazali & Latan (2015), PLS-SEM tidak menuntut sampel dalam jumlah yang besar dengan minimal yang direkomendasikan antara 30 sampai 100 kasus. Menurut Hair et al. (2018), *ten times rule* adalah sebuah metode untuk menentukan ukuran sampel minimum yang spesifik untuk model jalur PLS, yaitu 10 kali jumlah panah yang menunjuk pada sebuah variabel, baik sebagai indikator formatif ke variabel atau jalur struktural ke konstruk atau variabel endogen. Jumlah dari jalur struktural yang diarahkan pada konstruk atau variabel endogen adalah 3, sehingga sampel minimal yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah sebanyak $10 \times 3 = 30$. Namun, secara umum ukuran sampel yang lebih besar (>100) lebih baik, tetapi ukuran sampel yang lebih kecil (<100) dapat diterima, tergantung dengan konteks penelitian. Pada penelitian ini, jumlah responden yang digunakan adalah sebanyak 315 responden pengguna Netflix di Indonesia yang pengumpulan sampelnya diambil dari tanggal 19 April 2021 hingga 2 Mei 2021.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik komunikasi. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada subyek peneliti dan mengumpulkan tanggapan serta jawaban mereka dengan melakukan metode survei. Pendekatan yang dilakukan peneliti adalah survei yang dikelola dengan menggunakan kuisioner. Menurut Sekaran & Bougie (2017a, p. 170), kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah disiapkan sebelumnya dimana responden akan



mencatat jawaban mereka. Kuisisioner dapat diberikan secara pribadi atau bisa didistribusikan secara elektronik. Kuisisioner yang digunakan merupakan kuisisioner elektronik melalui *Google Form* yang disebar kepada responden yang pernah membeli dan menggunakan Netflix di Indonesia.

Pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan tertutup. Menurut Sekaran & Bougie (2017a, p. 174), pertanyaan tertutup meminta responden untuk menjawab pilihan alternatif jawaban yang telah ditentukan dari pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya oleh peneliti. Hal ini dilakukan dengan harapan mendapatkan informasi mengenai kualitas layanan, harga, promosi, dan keputusan pembelian pengguna Netflix di Indonesia.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sekaran & Bougie (2017b, p. 19), skala likert (*likert scale*) adalah suatu skala yang menunjukkan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden. Setiap konsumen diminta untuk menyetujui atau tidak menyetujui setiap pernyataan, dengan mencantumkan angka yang menunjukkan lebih banyak atau sedikit persetujuan, atau lebih banyak atau lebih sedikit ketidaksetujuan. Pada penelitian ini menggunakan lima poin skala seperti pada

Tabel 3.5

Tabel 3.5
Skala Likert

Skala Peringkat	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Teknik Analisis Data

Setelah mengisi dan mengumpulkan kuesioner, maka langkah berikutnya adalah pengolahan data yang bersumber dari kuesioner. Data dalam kuisisioner merupakan data mentah dan harus diolah lebih lanjut agar menjadi informasi yang berguna bagi penelitian. Untuk menganalisis data dan mengukur seberapa besar pengaruh kualitas layanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pengguna Netflix di Indonesia, peneliti menggunakan program SPSS 26.0 dan SmartPLS 3.3.3 untuk mengolah data yang telah diperoleh melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti untuk mempermudah proses pengolahan data adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Menurut Priyatno (2016, p. 143), uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen atau mengukur apa yang ingin diukur. Item kuisisioner yang tidak valid berarti tidak dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapat tidak dapat dipercaya dan item yang tidak valid tersebut harus dieliminasi atau diperbaiki. Pada penelitian ini, uji validitas yang dilakukan dengan metode uji *Pearson Product Moment*, yaitu mengkorelasikan antara skor tiap item dengan skor total item. Pada uji validitas ini, jumlah sampel yang digunakan (n) adalah 30 dan menggunakan program SPSS 26.0. Metode pengambilan keputusan dalam uji validitas dengan *Pearson Product Moment* adalah:

(1) Berdasarkan signifikansi:

- (a) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka item dinyatakan tidak valid
- (b) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka item dinyatakan valid.



(2) Berdasarkan nilai korelasi:

Untuk pengambilan keputusan berdasarkan nilai korelasi, maka perlu dicari nilai r tabelnya. r tabel dapat dilihat dari tabel statistik dengan uji 2 sisi pada $n = 30$ atau $df = 30 - 2 = 28$.

- (a) Jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka item dinyatakan tidak valid
- (b) Jika nilai r hitung $> r$ tabel, maka item dinyatakan valid

Pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi ataupun nilai korelasi akan menghasilkan keputusan yang sama. Untuk penelitian ini metode pengambilan keputusan pada uji validitas akan diambil berdasarkan nilai signifikansi.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2016, p. 154), uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Instrumen kuisisioner yang tidak reliabel, maka tidak konsisten untuk pengukuran. sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Item-item yang dimasukkan ke dalam uji reliabilitas adalah semua item yang valid.

Uji reliabilitas yang banyak digunakan pada penelitian yaitu dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Menurut Sekaran & Bougie (2017b, p. 115), Cronbach's Alpha adalah koefisien reliabilitas yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Untuk uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS 26.0.

Menurut Priyatno (2016, p. 158), metode pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas menggunakan batasan 0,6. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila memberikan nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$, sedangkan suatu variabel dikatakan tidak reliabel, apabila memberikan nilai Cronbach's Alpha $< 0,6$. Menurut Sekaran



& Bougie (2017b, p. 115), reliabilitas kurang dari 0,6 dianggap buruk, reliabilitas dalam kisaran 0,7 dapat diterima, dan reliabilitas yang melebihi 0,8 adalah baik.

Analisis Deskriptif

Menurut Priyatno (2016, p. 9), analisis deskriptif statistik merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui deskripsi data, seperti nilai rata-rata (mean), nilai minimum, nilai maksimum, standar deviasi, dan sebagainya. Pada penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26.0 dan alat analisis yang digunakan adalah analisis frekuensi, analisis deskriptif, dan analisis crosstabs.

a. Analisis Frekuensi

Menurut Priyatno (2016, p. 14), analisis frekuensi digunakan untuk menghitung frekuensi data pada variabel dan disajikan dalam bentuk tabel dan grafik. Pada penelitian ini frekuensi data pada variabel disajikan dalam bentuk tabel.

b. Analisis Deskriptif

Menurut Priyatno (2016, p. 10), analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian seperti *mean*, minimum, maksimum, dan standar deviasi. Pada penelitian ini, ringkasan data yang dilihat adalah nilai rata-rata (*mean*). Menurut Riduwan & Kuncoro dalam Sugianingrat et al. (2021, p. 103), nilai rata-rata digunakan untuk mendeskripsikan hasil yang diperoleh dari instrumen penelitian.

c. Rentang Skala

Menurut Riyanto & Hatmawan (2020, p. 54), rentang skala digunakan dalam analisis deskriptif untuk menginterpretasikan data dari variabel penelitian.

3. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Rumus yang digunakan untuk menghitung rentang skala dengan skala likert adalah sebagai berikut:

$$\text{Rentang skala} = \frac{\text{skor tertinggi} - 1}{\text{jumlah pilihan jawaban}}$$

Dalam penelitian menggunakan skala likert dimana skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1, sehingga dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut :

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan rentang skala tersebut, maka didapatkan jarak antar kategori sebesar 0,8, sehingga kategori berdasarkan rentang skala adalah sebagai berikut:

- (1) Rentang skala $1,00 \leq \text{rata-rata} < 1,80$ dikategorikan “sangat buruk”
- (2) Rentang skala $1,80 \leq \text{rata-rata} < 2,60$ dikategorikan “buruk”
- (3) Rentang skala $2,60 \leq \text{rata-rata} < 3,40$ dikategorikan “cukup”
- (4) Rentang skala $3,41 \leq \text{rata-rata} < 4,20$ dikategorikan “baik”
- (5) Rentang skala $4,20 \leq \text{rata-rata} \leq 5,00$ dikategorikan “sangat baik”

d. Analisis Crosstabs

Menurut Priyatno (2016, p. 24), analisis crosstabs atau tabulasi silang adalah alat analisis untuk menggambarkan tentang data yang berbentuk kolom serta baris dan untuk menganalisis hubungan antara baris dan kolom dengan analisis statistik. Pada penelitian ini analisis crosstabs digunakan untuk mengetahui hubungan antar karakteristik responden (jenis kelamin, usia, pekerjaan,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pendapatan, durasi penggunaan, dan media promosi Netflix di Indonesia yang sering dilihat oleh responden).

4. **Structural Equation Modelling (SEM)**

Menurut Hair et al. (2018), *Structural Equation Modelling* (SEM) adalah teknik analisis multivariat yang menggabungkan aspek analisis faktor dan regresi ganda yang memungkinkan peneliti untuk menguji serangkaian hubungan ketergantungan yang saling terkait secara simultan. *Structural Equation Modelling* (SEM) memungkinkan peneliti untuk memasukkan variabel yang tidak dapat diamati (*unobservable variables*) yang diukur secara tidak langsung oleh indikator.

SEM memiliki dua jenis, yaitu *covariance-based SEM* (CB-SEM) and *partial least squares SEM* (PLS-SEM). Menurut Ghozali & Latan (2015, p. 19), CB-SEM bertujuan untuk memperkirakan model struktural berdasarkan penelitian teoritis yang kuat, untuk menguji hubungan kausal antara struktur, dan untuk mengukur kelayakan model. dan mengkonfirmasi berdasarkan data empiris. CB-SEM sangat cocok untuk menguji teori dan memperoleh dasar pengujian melalui serangkaian analisis yang kompleks, sedangkan PLS-SEM sangat cocok untuk penelitian yang bertujuan mengembangkan teori. PLS-SEM bertujuan untuk menguji hubungan prediktif antar variabel dengan melihat apakah ada hubungan atau pengaruh antara variabel tersebut. PLS-SEM merupakan pengujian yang dapat dilakukan tanpa landasan teori yang kuat, dan tidak mensyaratkan data berdistribusi normal dan dapat melakukan estimasi parameter tanpa perlu memenuhi kriteria *Godness of Fit (GoF)*. Parameter ketepatan model prediksinya dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2).

4. **Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

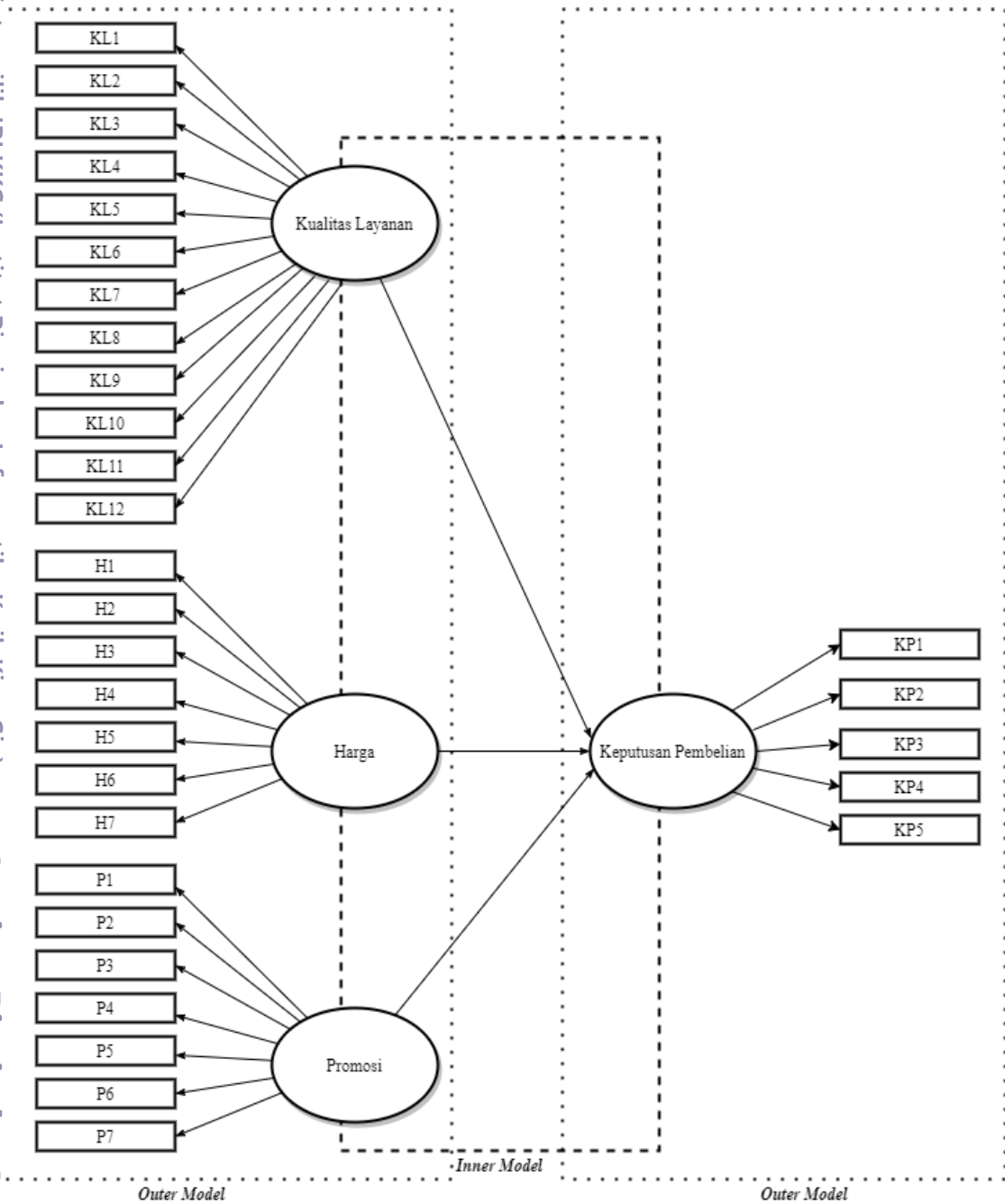
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

5. *Partial Least Squares - Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*

Gambar 3.1
Diagram Jalur



© Hak cipta milik IBI KKG. (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)..... Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam PLS-SEM, untuk menggambarkan model dalam bentuk visual dibuat diagram jalur. Menurut Hair et al. (2018), diagram jalur menampilkan hipotesis dan hubungan antar variabel yang digunakan untuk diestimasi dalam analisis pemodelan persamaan struktural. Variabel atau konstruk digambarkan sebagai lingkaran atau oval dan indikator *manifest* dari variabel atau konstruk digambarkan sebagai persegi panjang. Arah panah artinya mewakili jenis hubungan, baik di model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). PLS-SEM terdiri atas dua model, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*), yang dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

a. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran dalam PLS-SEM disebut juga *outer model*, dimana mendefinisikan konstruk atau variabel laten. Menurut Hair et al. (2018), *outer model* merupakan sebuah komponen dari model jalur yang berisi hubungan antara indikator dengan variabelnya. Model ini merepresentasikan bagaimana variabel terukur mewakili konstruk atau variabel. Jika karakteristik pengukuran variabel pada evaluasi model pengukuran dapat diterima, maka dilanjutkan dengan evaluasi model struktural.

Evaluasi model pengukuran pengujiannya berbeda tergantung pada pengukurannya reflektif atau formatif. Model pengukuran reflektif memperlakukan indikator sebagai representasi rawan kesalahan dari variabel yang mendasarinya dan memiliki hubungan langsung (panah) dari variabel ke indikator. Model pengukuran formatif adalah kombinasi dari suatu himpunan indikator yang membentuk variabel, yaitu hubungan atau panah dari indikator ke konstruk atau variabel. Pada penelitian ini, model pengukuran yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



digunakan adalah model pengukuran reflektif, maka langkah untuk evaluasi model pengukuran adalah dengan validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas yang dijelaskan lebih jelas sebagai berikut:

(1) Validitas Konvergen

Menurut Hair et al. (2018, p. 760), untuk variabel yang diukur secara reflektif, validitas konvergen adalah sejauh mana variabel laten menjelaskan varians indikatornya. Menurut Hair et al. (2017), validitas konvergen dinilai dengan mengevaluasi *Outer Loading* dari indikator dan *Average Variance Extracted (AVE)*.

Outer Loading yang tinggi pada suatu variabel atau konstruk menunjukkan indikator terkait memiliki banyak kesamaan, yang ditangkap oleh variabel atau konstruk. Nilai *outer loading* dari semua indikator harus signifikan secara statistik. Nilai minimum yang ditetapkan untuk *outer loading* harus lebih besar atau sama dengan 0,7 ($\geq 0,7$), yang berarti bahwa semua indikator variabel adalah valid dan memenuhi validitas konvergen.

Average Variance Extracted (AVE) adalah nilai rata-rata (*mean*) dari kuadrat *loadings* dari indikator yang terkait dengan variabel, yaitu *outer loading* kuadrat dibagi dengan jumlah indikator. Validitas konvergen yang diukur dengan AVE setidaknya harus 0,5 atau lebih tinggi ($\geq 0,5$). Nilai AVE 0,5 atau lebih tinggi menunjukkan bahwa secara rata-rata variabel atau konstruk tersebut dapat menjelaskan lebih dari setengah varians dari indikator-indikatornya.

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(2) Validitas Diskriminan

Menurut Hair et al. (2018), validitas diskriminan ini mengevaluasi sejauh mana suatu variabel berbeda dari variabel atau konstruk lain. Prinsip yang mendasari validitas diskriminan adalah menilai seberapa unik indikator-indikator sebuah variabel direpresentasikan variabel itu dibandingkan dengan seberapa banyak variabel itu berkorelasi dengan semua variabel lain dalam model.

Menurut Hair et al. (2017), validitas diskriminan diukur dengan dua ukuran yaitu *cross-loadings* dan Fornell-Larcker criterion. Cara terbaik untuk menilai *cross-loadings* dalam tabel adalah dengan melihat baris untuk indikator dan kolom untuk variabel laten. Sebuah indikator *outer loading* pada variabel terkait harus lebih besar dari *cross-loadings* manapun (yaitu, korelasinya) pada variabel lain. Adanya *cross-loadings* yang melebihi indikator *outer loadings* akan mewakili masalah validitas diskriminan.

Fornell-Larcker criterion membandingkan akar kuadrat dari nilai AVE dengan korelasi variabel laten. Untuk memenuhi kriteria validitas diskriminan, akar kuadrat dari setiap AVE variabel harus lebih besar dari nilai korelasi dengan variabel lain.

(3) Reliabilitas

Menurut Ghozali & Latan (2015, p. 75), uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan keakuratan, konsistensi, dan ketetapan instrumen dalam mengukur variabel. Ukuran reliabilitas yang paling umum digunakan adalah reliabilitas konsistensi internal. Menurut Hair et al.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(2017), reliabilitas dapat diukur melalui *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

Nilai *composite reliability* bervariasi antara 0 dan 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa tingkat reliabilitas yang lebih tinggi. Menurut Ghozali & Latan (2015), nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dikatakan reliabel atau memenuhi persyaratan uji reliabilitas apabila nilainya di atas 0,7 ($> 0,7$).

b. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Hair et al. (2018), model struktural dalam PLS-SEM disebut juga *inner model*, menunjukkan bagaimana konstruk atau variabel dikaitkan dengan satu sama lain. Model struktural mengungkapkan hubungan ketergantungan antara variabel atau konstruk independen dengan dependen. Evaluasi model struktural dinilai berdasarkan atas:

(1) Koefisien Determinasi (R^2)

Ukuran yang paling umum digunakan untuk mengevaluasi model struktural adalah koefisien determinasi (nilai R^2). Menurut Hair et al. (2018, p. 780), koefisien determinasi (nilai R^2) adalah ukuran kekuatan prediksi dalam sampel. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar kekuatan penjelas model struktural PLS dan semakin baik prediksi variabel endogen. Rentang nilai R^2 adalah dari 0 hingga 1, dengan 0 menunjukkan tidak ada hubungan dan 1 menunjukkan hubungan yang sempurna. Nilai R^2 pada 0,75, dapat disimpulkan bahwa model kuat, 0,50 sedang, dan 0,25 lemah.

Menurut Hair et al. (2017), masalah sering muncul jika kita menggunakan nilai R^2 untuk membandingkan model yang ditentukan



secara berbeda, yaitu misalnya variabel eksogen yang berbeda memprediksi variabel endogen yang sama. Koefisien determinasi yang disesuaikan (R^2_{adj}) dapat digunakan untuk membandingkan hasil PLS-SEM yang melibatkan model dengan jumlah variabel laten eksogen yang berbeda dan atau kumpulan data dengan ukuran sampel yang berbeda.

(2) Koefisien Jalur (*Path Coefficient*)

Menurut Hair et al. (2017), koefisien jalur (*path coefficient*) menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan antar variabel. Koefisien jalur memiliki nilai standar kira-kira antara -1 dan +1. Koefisien jalur yang mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat. Koefisien jalur yang mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif yang kuat. Semakin dekat koefisien yang diperkirakan ke 0, semakin lemah hubungan.

(3) Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai signifikansi. Menurut Hair et al. (2017), nilai signifikansi dilihat untuk mengetahui pengaruh antar variabel melalui prosedur *bootstrapping*. Dengan *bootstrapping* tersebut dapat memperoleh nilai t (*T-statistics*) dan nilai p (*p-value*). Ketika nilai t (*T-statistics*) lebih besar dari nilai kritis t (t tabel), maka dapat disimpulkan bahwa koefisien signifikan secara statistik pada probabilitas kesalahan tertentu, yaitu tingkat signifikansi. Nilai kritis t (*critical t value*) yang umum digunakan untuk pengujian dua sisi adalah 1,65 (tingkat signifikansi = 10%), 1,96 (tingkat signifikansi = 5%), dan 2,57 (tingkat signifikansi = 1%), sedangkan nilai (*critical t value*) yang umum digunakan untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

pengujian satu sisi adalah 1,28 (tingkat signifikansi = 10%), 1,65 (tingkat signifikansi = 5%), dan 2,33 (tingkat signifikansi = 1%).

Cara lainnya yang banyak digunakan adalah dengan melihat nilai p (p -value). Koefisien dapat dikatakan signifikan, apabila nilai p (p -value) lebih kecil dari tingkat signifikan, maka dikatakan signifikan. Dalam bidang pemasaran, biasanya peneliti asumsikan tingkat signifikansi 5%, walaupun tidak semuanya. Dalam pengaplikasian biasanya mengasumsikan tingkat signifikansi sebesar 5%. Pada penelitian ini tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (5%) dan menggunakan nilai p (p -value) untuk melihat signifikan, maka dapat dikatakan signifikan apabila nilai p (p -value) dibawah 0,05 ($< 5\%$).

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.