

BAB IV

METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang tahapan-tahapan yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya.

4.1. Persiapan

Pada tahap ini peneliti melakukan persiapan untuk melakukan penelitian meliputi studi literatur dan lingkup penelitian.

a. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan mencari dan mempelajari referensi teks jurnal, penelitian terdahulu serta literatur lain yang mempunyai hubungan dengan permasalahan dan pembahasan penelitian ini. Diantaranya adalah referensi mengenai *technology acceptance model*, manajemen penanganan keluhan, dan situs jejaring sosial.

b. Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah geografis Daerah Istimewa Yogyakarta dengan populasi pengguna situs jejaring sosial sebagai fokus penelitian. Namun selama tujuan penelitian tercapai, cakupan lokasi penelitian tidak terbatas pada daerah tertentu. Selanjutnya, penelitian ini menunjuk pada partisipan yang memiliki pengalaman dalam menggunakan situs jejaring sosial sebagai subjek penelitian untuk menguji hubungan hipotesis pada model yang diusulkan.

Populasi pengguna situs jejaring sosial mengarah kepada kelompok pengguna tertentu dengan rentang usia 18-30 tahun.

4.2. Penentuan Jumlah Partisipan

Penentuan jumlah partisipan pada penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan beberapa pertimbangan. Diantaranya, penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya, Willis (2008), yang berpedoman pada MacCallum et al (1996) dengan jumlah partisipan lebih dari 195 untuk mencapai kekuatan statistik model pengukuran. Pertimbangan lain dalam penentuan jumlah sampel adalah bahwa dalam penggunaan teknik uji *structural equation modeling* (SEM) diperlukan ukuran antara 100-200 sampel penelitian.

Selain itu penelitian ini juga melakukan perhitungan penentuan ukuran sampel dengan metode persentase (Sudaryono, 2015). Berdasarkan data yang dipaparkan sebelumnya, diketahui bahwa 89% dari populasi internet di Indonesia aktif berpartisipasi dalam situs jejaring sosial (Kemp, 2016), sehingga diperoleh nilai variabilitas terestimasi dalam populasi ($p = 89\%$) dan $q(100-p) = (100-89)$. Tingkat akurasi yang diinginkan adalah $\pm 6\%$ dengan tingkat keyakinan 99%. Nilai galat baku (z) untuk tingkat keyakinan 99% adalah 2,58. Sehingga dihasilkan :

$$n = \frac{z^2 (pq)}{e^2} = \frac{2,58^2 (89 \times 11)}{6^2} = \frac{6516,6}{36} = 181,01 \text{ sample penelitian}$$

Dari beberapa pertimbangan di atas penelitian ini menentukan jumlah sampel berkisar antara 100-200 partisipan atau lebih yang akan digunakan sebagai data primer penelitian. Selanjutnya, untuk kepentingan efisiensi biaya dan waktu,

dan untuk mencapai potensi partisipan yang memenuhi syarat distribusi, penelitian ini memanfaatkan teknik sampling non-probabilitas dengan metode *snowball sampling*. Peneliti membagikan kuesioner survei untuk kelompok teman-teman, kerabat, dan rekan-rekan yang memenuhi kriteria memiliki pengalaman aktif menggunakan situs jejaring sosial. Kemudian kelompok tersebut mendistribusikan kuesioner survei dengan cara yang sama untuk kriteria populasi yang sama. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara berangakai sehingga menghasilkan data yang semakin besar dan jenuh (Hsu, Yu and Wu, 2014).

4.3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini berbentuk angket atau kuesioner dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang relevan yang bersumber dari partisipan, menghasilkan data primer penelitian. Butir pertanyaan yang digunakan diadaptasi dari beberapa penelitian sebelumnya sesuai dengan model yang diusulkan pada penelitian ini. Selain itu butir pertanyaan telah disesuaikan ke dalam bahasa Indonesia menyesuaikan sampel penelitian.

Secara umum kuesioner yang digunakan dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama berisi *introduction*, berisi uraian singkat dan panduan dalam mengisi kuesioner. Selain itu terdapat beberapa pertanyaan mengenai informasi demografi partisipan. Selanjutnya bagian kedua merupakan bagian utama kuesioner, berisi beberapa indikator pertanyaan yang telah disesuaikan sebelumnya dengan tujuan penelitian. Indikator pertanyaan untuk masing-masing konstruk, persepsi kegunaan (PU), persepsi kemudahan (PEOU), sikap (AT), dan niat menggunakan (IU) diukur menggunakan lima point skala Likert mulai dari

“sangat tidak setuju” (1) sampai “sangat setuju” (5). Berikut adalah lima tingkat preferensi jawaban yang digunakan:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Lima tingkat preferensi jawaban tersebut di atas termasuk ke dalam skala ordinal. Dimana preferensi jawaban “Sangat Setuju” mempunyai tingkat yang lebih tinggi dari “Setuju”, dan “Setuju” lebih tinggi dari “Netral”. Selengkapnya, indikator pertanyaan ditunjukkan pada Tabel 4.1.

Tabel 4. 1. Indikator Pertanyaan

| Konstruk | Items | Deskripsi | Sumber |
|---------------------------|--------------|---|---|
| Perceived Usefulness (PU) | PU1 | Menggunakan jejaring sosial memungkinkan saya menyampaikan informasi keluhan ke perusahaan dengan cepat. | (Hung, Tsai and Chou, 2016), (Seol et al., 2016), (Davis, 1989) |
| | PU2 | Menggunakan jejaring sosial akan meningkatkan efektivitas dalam menyampaikan informasi keluhan ke perusahaan. | (Davis, 1989), (Kwon, Park and Kim, 2014) |
| | PU3 | Menggunakan jejaring sosial akan meningkatkan efisiensi dalam menyampaikan informasi keluhan ke perusahaan. | (Seol et al., 2016), (Mouakket, 2015), (Hsu, Yu and Wu, 2014) |
| | PU4 | Secara keseluruhan, situs | (Ernst, 2015), |

| | | | |
|------------------------------|-------|--|--|
| | | jejaring sosial berguna untuk menyampaikan informasi keluhan ke perusahaan. | Constantinides et al. (2013), (Davis, 1989), (Mouakket, 2015) |
| Perceived Ease of Use (PEOU) | PEOU1 | Interaksi saya dengan situs jejaring sosial jelas dan dapat dipahami. | (Hung, Tsai and Chou, 2016), (Willis, 2008), Constantinides et al. (2013), (Davis, 1989) |
| | PEOU2 | Tidak sulit menggunakan situs jejaring sosial untuk menyampaikan informasi keluhan ke perusahaan. | (Hung, Tsai and Chou, 2016), (Willis, 2008), (Davis, 1989) |
| | PEOU3 | Adalah mudah untuk belajar menggunakan situs jejaring sosial untuk menyampaikan informasi keluhan ke perusahaan. | (Davis, 1989), (Ernst, 2015), Constantinides et al. (2013), (Hsu, Yu and Wu, 2014) |
| | PEOU4 | Secara keseluruhan situs jejaring sosial mudah digunakan untuk menyampaikan informasi keluhan ke perusahaan. | (Davis, 1989), (Willis, 2008), (Ernst, 2015), (Hsu, Yu and Wu, 2014), Constantinides et al. (2013) |
| Attitude (AT) | AT1 | Adalah menyenangkan menggunakan situs jejaring sosial untuk menyampaikan informasi keluhan ke perusahaan. | (Hung, Tsai and Chou, 2016), (Hsu, Yu and Wu, 2014), Constantinides et al. (2013) |
| | AT2 | Saya pikir menggunakan situs jejaring sosial untuk menyampaikan informasi keluhan ke perusahaan adalah ide yang bagus. | (Kwon, Park and Kim, 2014), (Hsu, Yu and Wu, 2014), Constantinides et al. (2013) |
| | AT3 | Saya pikir situs jejaring sosial membantu dalam menyampaikan informasi keluhan ke perusahaan. | (Kwon, Park and Kim, 2014) |
| Intention to Use (IU) | IU1 | Saya pikir akan menarik untuk menggunakan situs jejaring sosial untuk menyampaikan informasi keluhan ke perusahaan. | (Balakrishnan, 2016) |

| | | | |
|--|-----|--|---|
| | IU2 | Saya berniat untuk memulai menggunakan situs jejaring sosial untuk menyampaikan informasi keluhan ke perusahaan. | Constantinides et al. (2013), (Kwon, Park and Kim, 2014), (Hung, Tsai and Chou, 2016) |
| | IU3 | Saya akan merekomendasikan teman untuk menggunakan situs jejaring sosial untuk menyampaikan informasi keluhan ke perusahaan. | (Kwon, Park and Kim, 2014), Constantinides et al. (2013) |

4.4. Pengumpulan Data

Sebelum mendistribusikan kuesioner ke *audience* yang lebih besar, penelitian ini melakukan *pre-testing* terlebih dahulu untuk memastikan kejelasan dari setiap butir pertanyaan dan untuk mengukur waktu yang dibutuhkan partisipan dalam menyelesaikan kuesioner. Pada tahap ini, kuesioner didistribusikan kepada 30 partisipan awal. Partisipan diminta untuk mengisi kuesioner, kemudian memberikan catatan tentang aspek kuesioner yang dianggap tidak nyaman dan tidak dimengerti. Kemudian partisipan diminta untuk mengklarifikasi setiap catatan yang diberikan. Selain itu dari keseluruhan data awal dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan konsistensi butir pertanyaan.

Setelah melalui tahap *pre-testing*, tahap selanjutnya adalah mendistribusikan kuesioner untuk partisipan sesungguhnya dengan jumlah yang lebih besar. Kuesioner didistribusikan kepada partisipan secara berangka sampai memenuhi kuota minimal yang telah ditentukan pada tahap sebelumnya. Kuesioner didistribusikan melalui dua cara yaitu dalam bentuk angket kuesioner dan elektronik kuesioner kepada partisipan yang memenuhi kriteria sampel

penelitian yang telah ditentukan. Khusus untuk elektronik kuesioner memanfaatkan pihak ketiga dengan bantuan *Google Form*. Elektronik kuesioner dapat diakses melalui link yang telah disediakan, <http://bit.ly/2mniCtA>

4.5. Analisis Data

Setelah proses pengumpulan data berhasil dilakukan, langkah selanjutnya adalah melakukan tahap analisis. Terhadap data yang sudah terkumpul akan dilakukan analisis deskriptif menggunakan bantuan software statistik SPSS. Analisis deskriptif dilakukan untuk membantu memberikan gambaran jelas mengenai suatu data agar mudah dipahami dan informatif bagi pembaca. Namun sebelum itu, data yang terkumpul terlebih dahulu dilakukan proses *screening* untuk memastikan data yang terkumpul dapat digunakan untuk proses analisis.

4.5.1. Screening Data

a. Normalitas

Uji normalitas data diperlukan dalam setiap analisis. Tujuan utama dari uji normalitas ini adalah untuk memastikan data yang akan digunakan untuk proses analisis telah terdistribusi normal. Data terdistribusi normal akan menghasilkan uji statistik yang lebih baik. Beberapa cara yang bisa dilakukan untuk melakukan uji normalitas diantaranya adalah dengan melakukan uji statistik dan uji distribusi variabel. Uji distribusi variabel dilakukan dengan mengamati penyebaran data melalui pengamatan grafik, data yang terdistribusi tidak normal akan menampilkan grafik condong ke kanan ataupun condong ke kiri, yang menandakan nilai mean tidak berada di tengah-tengah distribusi. Selanjutnya uji

statistik dapat dilakukan dengan melihat komponen *skewness* dan *kurtois*. *Skewness* berhubungan dengan simetri distribusi, sedangkan *kurtois* berhubungan dengan puncak dari suatu distribusi.

$$Z_{skew} = \frac{S - 0}{\sqrt{6/N}} \qquad Z_{kurt} = \frac{K - 0}{\sqrt{24/N}}$$

Keterangan: S : nilai skewness

N : jumlah kasus

K : nilai kurtois

Nilai z hasil dari perhitungan *skewness* atau *kurtois* nantinya dibandingkan dengan nilai kritisnya, untuk alpha 0.05 nilai kritisnya ± 1.96 , sedangkan alpha 0.01 nilainya ± 2.58 .

b. Data Outlier

Setelah melakukan uji normalitas, proses selanjutnya adalah mendeteksi adanya data *outlier*. *Outlier* diartikan sebagai data yang memiliki karakteristik yang jauh berbeda dengan observasi lainnya, biasanya ditunjukkan dengan nilai ekstrim untuk suatu variabel. *Outlier* data biasanya muncul disebabkan oleh beberapa hal, salah satu penyebabnya adalah kesalahan dalam entri data yang menyebabkan perbedaan nilai yang tidak semestinya. Selain itu biasanya terdapat *missing value* pada populasi data sehingga menyebabkan data *outlier*. Penyebab lainnya adalah bahwa data tersebut bukan merupakan bagian dari populasi data yang kita ambil, dan atau memang benar bahwa data tersebut memiliki nilai

ektrim. Untuk mendeteksi *outlier* data biasanya dilakukan dengan melihat *z-score*, untuk populasi kecil biasanya nilai standar melebihi 2.5 dinyatakan *outlier* (Hair et al., 1998).

4.5.2. Uji Reliabilitas dan Validitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur reliabel atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan reliabel/handal jika jawaban partisipan terhadap kuesioner adalah konsisten dari waktu ke waktu. Misalnya untuk mengukur variabel ATTITUDES digunakan tiga indikator pertanyaan yaitu Attitude1, Attitude2, dan Attitude3. Jawaban partisipan untuk ketiga indikator pertanyaan hendaknya konsisten atau jawaban tidak boleh acak untuk bisa dikatakan bahwa indikator pertanyaan reliabel. Sebaliknya, jika jawaban partisipan acak maka dapat disimpulkan bahwa indikator pertanyaan tersebut tidak reliabel. Salah satu cara untuk mengetahui reliabilitas pertanyaan bisa dilakukan dengan mengukur korelasi antar jawaban. Nilai cronbach alpha yang disarankan adalah lebih dari 0.70 untuk dapat dikatakan reliabel (Nunnally, 1978).

Selanjutnya, uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika mampu mengungkapkan sesuatu yang hendak diukur. Uji validitas memastikan bahwa keusioner yang sudah dibuat benar-benar dapat mengukur apa yang akan diukur. Untuk mengukur tingkat validitas bisa dilakukan dengan melakukan korelasi antar butir pertanyaan ataupun dengan melakukan korelasi bivariate.

4.5.3. Uji Model Pengukuran

Confirmatory factor analysis (CFA) dilakukan untuk memastikan apakah model pengukuran telah sesuai dengan data yang didapatkan. Uji CFA digunakan untuk memastikan apakah indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi variabel atau konstruk. Selanjutnya indikator-indikator tersebut akan dikelompokkan ke dalam beberapa faktor. Konfirmatori faktor menguji model dari hubungan antara latent variabel dan variabel pengukur dimana merupakan indikator dari faktor terkait. Keseluruhan model pengukuran nantinya akan dikonfirmasi dengan kriteria model fit sehingga menghasilkan model pengukuran yang dapat diterima.

4.5.4. Uji Model Struktural

Structural equation modeling (SEM) merupakan metode untuk menyajikan, mengestimasi, dan menguji hubungan antar variabel. Teknik SEM memungkinkan untuk melakukan estimasi secara tepat dan efisien untuk serangkaian persamaan regresi berganda secara bersamaan. Tujuan dari uji SEM adalah untuk memahami pola hubungan di antara satu set variabel dan untuk menjelaskan variansi yang mungkin berdasarkan spesifik model (Kline, 1998). SEM mampu menjelaskan keterkaitan antar variabel kompleks. Lebih lanjut, tujuan utama dari SEM adalah untuk menguji kesesuaian model teoritik dengan data empirik (model fit). Langkah terbaik untuk mengevaluasi model fit adalah dengan melakukan multiple test, seperti uji kriteria model fit chi-square, comparative fit index, dll.

Berikut adalah beberapa kriteria Goodness of Fit:

1. Chi-square (χ^2) dan probabilitas

Nilai *chi-square* merupakan alat pengukuran tradisional untuk mengevaluasi keseluruhan model fit (Hu and Bentler, 1999). Uji *chi-square* mengindikasikan jumlah variansi yang berbeda antara *observed* dan *expected* matrik kovarian. Nilai *chi-square* mendekati nol menunjukkan perbedaan kovarian yang kecil. Selain itu, nilai probabilitas harus lebih besar dari 0.05 ketika mendapati nilai *chi-square* mendekati nol.

2. Normed chi square (χ^2/df)

Normed chi-square diperoleh dari pembagian nilai *chi-square* dengan *degree of freedom*. Nilai yang disarankan untuk mencapai model fit adalah kurang dari 5 (Hair et al., 1995).

3. Goodness-of-fit index (GFI) dan Adjusted goodness-of-fit (AGFI)

GFI digunakan untuk menghitung estimasi populasi kovarian. Nilai statistik dari 0 sampai 1 dengan sampel yang lebih besar akan meningkatkan nilai nya. Umumnya batas poin yang disarankan adalah 0.90 (Baumgartner and Homburg, 1996). Sama seperti GFI, nilai untuk AGFI juga berkisar antara 0 sampai 1 dan umumnya nilai lebih besar atau sama dengan 0.80 sudah bisa diterima (Baumgartner and Homburg, 1996).

4. Root mean square error of approximation (RMSEA)

Root mean square error of approximation (RMSEA) merupakan salah satu indikasi fit yang paling informatif. Nilai RMSEA berkisar antara 0.05 sampai 0.10 menunjukkan nilai fit yang cukup, nilai lebih besar dari 0.10 mengindikasikan *poor* fit. Lebih lanjut, nilai RMSEA antara 0.08 sampai 0.10 mengindikasikan *mediocre* fit dan di bawah 0.08 menunjukkan *good* fit ((MacCallum, Browne and Sugawara, 1996);(Hair et al., 1998)). Namun nilai RMSEA mendekati 0.06 saat ini menjadi hal yang umum digunakan (Hu and Bentler, 1999).

5. Normalized fit index (NFI)

Nilai untuk statistik ini berkisar antara 0 sampai 1, dimana Hu and Bentler (1999) menyarankan nilai lebih dari 0.9 mengindikasikan *good* fit. Saran lainnya menyatakan bahwa nilai NFI seharusnya lebih dari 0.95. Namun perlu diperhatikan nilai statistik ini sensitif terhadap jumlah sampel penelitian. Sehingga nilai lebih dari 0.90 sudah mengindikasikan *good* model fit.

6. Comparative fit index (CFI)

Comparative fit index (CFI) merupakan pengembangan dari NFI dimana memiliki performa lebih baik ketika memiliki jumlah sampel kecil. Sama seperti NFI, nilai untuk statistik ini berkisar antara 0 sampai 1 dengan nilai mendekati 1 mengindikasikan *good* fit. Hu and Bentler (1999) menyarankan nilai lebih besar dari 0.9 untuk mencapai *good* fit.

7. Tucker Lewis index (TLI)

TLI membandingkan sebuah model yang diuji dengan sebuah *baseline*. Bagozzi and Yi (1988) menyarankan nilai lebih besar dari 0.90 untuk mencapai *good model fit*. Lebih lanjut nilai statistik ini tidak terlalu terpengaruhi oleh jumlah sampel.

