

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian *explanatory* menjadi desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, dengan tujuan untuk mengukur apakah teori (hipotesis) yang digunakan tersebut menguatkan atau bahkan menolak teori (hipotesis) yang sudah ada sebelumnya. Penelitian ini juga menggunakan metode kuantitatif (data yang diperoleh berupa angka atau *statisca* yang bersifat rigid) dengan pengguna platform Spotify sebagai unit analisisnya (unit analisis individu).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menerapkan dimensi waktu *cross sectional* (pengambilan data dilaksanakan kurang lebih selama tiga bulan) dan dilakukan di Indonesia. Adapun waktu penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

Kegiatan	Waktu Penelitian					
	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Bab I						
Bab II						
Bab III						
Seminar proposal						
Pengumpulan data						
Bab IV						
Bab V						
Sidang Skripsi						

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.2 Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
<p>Perceived Value</p> <p><i>Perceived value</i> adalah penilaian keseluruhan konsumen atas suatu produk maupun jasa (Nafisyah & Marsasi, 2023)</p>	<i>Social</i>	Saya menganggap bahwa Spotify Premium merupakan layanan yang diperlukan penggunaannya.	Likert 1-5
	<i>Emotional</i>	Saya menikmati layanan <i>streaming</i> musik dari Spotify.	
	<i>Price</i>	Saya menganggap bahwa biaya yang dikeluarkan untuk berlangganan di Spotify termasuk wajar atau rasional.	
	<i>Performance</i>	Secara keseluruhan, Spotify Premium akan memberikan nilai bagus bagi penggunaannya.	
<p>Harga</p> <p>Harga adalah nilai yang harus dibayarkan atau diberikan konsumen untuk memperoleh dan menggunakan suatu produk maupun jasa (Kotler & Armstrong, 2008)</p>	Keterjangkauan harga	Harga untuk berlangganan di Spotify (Spotify Premium) relatif terjangkau.	Likert 1-5
	Kesesuaian harga dengan kualitas	Harga untuk berlangganan di Spotify (Spotify Premium) sesuai dengan kualitas yang akan didapatkan konsumen (bebas iklan, kualitas suara lebih baik, dan sebagainya).	
	Daya saing harga	Harga Spotify Premium relatif lebih murah dibandingkan platform <i>streaming</i> musik lainnya (<i>Youtube Music</i> , <i>JOOX</i> , dan sebagainya).	
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Saya memperhatikan atau mempertimbangkan potongan harga atau diskon untuk berlangganan di Spotify (Spotify Premium).	
<p>Minat Beli (Berlangganan)</p> <p>Minat beli adalah ketertarikan konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu produk maupun jasa (Japariato & Adelia, 2020)</p>	Minat transaksional	Saya berminat untuk berlangganan di Spotify (Spotify Premium).	Likert 1-5
	Minat referensial	Saya berminat untuk merekomendasikan kerabat atau teman saya untuk menggunakan Spotify Premium.	
	Minat Preferensial	Saya akan menjadikan Spotify Premium sebagai pilihan pertama saya dalam mendengarkan lagu secara <i>online (streaming online)</i> .	

	Minat eksploratif	Saya senantiasa mencari informasi terbaru mengenai Spotify Premium.	
--	-------------------	---	--

D. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan area generalisasi atau penyamarataan yang mencakup subjek atau objek dengan karakteristik tertentu yang ditentukan peneliti guna dipelajari dan diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi merupakan kombinasi atau gabungan beberapa elemen yang mempunyai beberapa karakteristik yang serupa (sama) dan mencakup keseluruhan untuk tujuan riset pasar (Japarianto & Adelia, 2020). Populasi merupakan keseluruhan objek (sasaran) dalam suatu penelitian (Nafisyah & Marsasi, 2023). Sedangkan sampel adalah unit atau bagian dari populasi yang menggambarkan karakteristik yang ada di populasi tersebut. Alasan peneliti menggunakan sampel dalam penelitiannya adalah karena adanya keterbatasan dana, tenaga, ataupun waktu yang kemungkinan dapat menghambat penelitian tersebut (Sugiyono, 2013).

Pengguna platform atau aplikasi Spotify di Indonesia menjadi populasi penelitian ini (populasi infinit). Sedangkan untuk sampel penelitian ini adalah pengguna Spotify yang sudah pernah merasakan atau melakukan pembelian langganan di Spotify (Spotify Premium). Untuk pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*, lebih tepatnya dengan teknik *purposive sampling*, dimana sampel yang digunakan didasarkan pada kriteria-kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini diantaranya:

1. Gemar atau sering mendengarkan musik digital melalui platform *music-on-demand*.
2. Pengguna aktif Spotify (baik melalui platform *website* maupun aplikasi).
3. Generasi milenial (saat ini berusia 29 – 44 tahun) maupun generasi Z (saat ini berusia 14 – 29 tahun).

Karena ukuran populasi belum diketahui jumlahnya secara pasti, penentuan ukuran sampel penelitian ini menggunakan Rumus Hair. Ketika ukuran suatu sampel terlalu besar, metode akan menjadi sangat sensitif sehingga untuk mendapatkan ukuran *goodnessof fit* yang baik menjadi sulit. Oleh karena itu, disarankan bahwa ukuran sampel minimal 5 hingga 10 observasi untuk setiap parameter yang akan dipertimbangkan (Hair et al., 2010). Berdasarkan hal tersebut, maka jumlah minimal sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 96 responden. Hasil tersebut didapat dari jumlah indikator yang digunakan (12 indikator) dikalikan dengan 8.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data responden, penelitian ini menggunakan metode kuesioner melalui platform *Google Form*, dimana data yang didapatkan berupa data primer yang diperoleh secara langsung dari responden. Kuesioner tersebut menggunakan skala Likert, dimana responden dapat memilih atau menentukan diantara 5 (lima) poin dalam

suatu skala untuk mengukur tanggapannya. Adapun poin-poin tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Poin Skala Likert

Keterangan	Poin
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknik Analisis

Penelitian ini menerapkan pendekatan SEM *Partial Least Squares* (PLS) melalui platform atau *software Smart PLS 4*. Analisis *Structural Equation Modeling* atau SEM merupakan sistem atau metode analisis statistik multivariat, berasal dari pengembangan regresi dan analisis jalur (*path analysis*). Pengujian validitas & reliabilitas instrumen, pengujian model hubungan antar variabel (*path analysis*), dan mendapatkan model yang sesuai untuk prediksi (analisis model struktural dan analisis regresi) menjadi 3 (tiga) aktivitas yang dilakukan secara bersamaan di dalam analisis ini (Muhson, 2022). Di dalam pendekatan SEM PLS terdapat beberapa tahapan evaluasi yang dilakukan, diantaranya yaitu pengujian model pengukuran (*Outer Model*), pengujian model struktural (*Inner Model*), dan pengujian hipotesis. Model pengukuran (*Outer Model*) dan model struktural (*Inner Model*) bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas yang ada di dalam suatu model (Jogiyanto, 2011). Adapun pengujian-pengujian dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis pengujian yang dilakukan untuk menentukan nilai minimal, nilai maksimal, rata-rata (*mean*), varian, serta standar deviasi dalam suatu penelitian (Romadhona, 2018).

2. Model pengukuran (*Outer Model*)

a) Uji validitas

1) Validitas konvergen (*convergent validity*)

Validitas konvergen digunakan untuk menilai sejauh mana 2 (dua) ukuran dari konsep yang sama dapat berkorelasi atau memiliki hubungan timbal balik yang tinggi (Hair et al., 2010). Di dalam validitas konvergen, apabila nilai *Loading Factor* lebih besar dari 0,70 ($> 0,70$) dan nilai *Average Variance Inflation* (AVE) lebih besar dari 0,50 ($> 0,50$), maka data tersebut dapat dikategorikan valid (Muhson, 2022).

2) Validitas diskriminan (*discriminant validity*)

Validitas diskriminan memiliki konsep yang sedikit berbeda dibandingkan dengan validitas konvergen, dimana validitas diskriminan digunakan untuk menilai korelasi yang terendah atau tidak berkorelasi tinggi (Hair et al., 2010). Untuk mengukur validitas diskriminan, penelitian ini menggunakan *Fornell Larcker Criterion*, yaitu dengan membandingkan akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) dengan korelasi konstruk laten. Suatu model dikatakan memiliki nilai validitas

diskriminan yang baik apabila nilai akar kuadrat *Average Variance Extracted* (AVE) di tiap konstruk lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk (Ab Hamid et al., 2017).

b) Uji Reliabilitas

Berbeda dengan validitas yang digunakan untuk menilai keakuratan alat ukur yang digunakan dalam penelitian, reliabilitas digunakan untuk menilai sejauh mana konsistensi dari alat ukur tersebut (Viyani, 2023). Suatu data dapat dikatakan reliabel atau baik apabila nilai *Composite Reliability* dan nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70 ($> 0,70$) (Muhson, 2022).

3. Model struktural (*Inner Model*)

Pengujian model struktural (*Inner Model*) dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh dari variabel independen (variabel yang mempengaruhi) terhadap variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) (Muhson, 2022). Evaluasi yang dilakukan dalam model ini diantaranya:

a) *R-Square*

Nilai *R-Square* dilakukan untuk menilai atau mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen (Jogiyanto, 2011). Terdapat 3 (tiga) kategori pengelompokan *R-Square* menurut Sarstedt et al., (2017), diantaranya:

1) Nilai *R-Square* dapat dikategorikan kuat apabila sebesar 0,75.

2) Nilai *R-Square* dapat dikategorikan moderat apabila sebesar 0,50.

3) Nilai *R-Square* dapat dikategorikan lemah apabila sebesar 0,25.

b) *Goodness of Fit Model*

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kemampuan prediksi dan kelayakan model atau data untuk menguji pengaruh (Muhson, 2022). Apabila nilainya dibawah 0,10 (< 0.10), maka model tersebut masih diterima (Schermelleh-Engel, 2003).

c) Uji hipotesis (*path coefficient*)

Uji hipotesis atau *path coefficient* merupakan pengujian signifikansi yang dapat dikatakan berpengaruh jika *P value* kurang dari 0,05 (Muhson, 2022). Dengan kata lain apabila *P-value* kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima, begitu pula sebaliknya. Jika *P-Value* lebih dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

4. Analisis Multigrup (moderasi)

Analisis multigrup (*Multigroup Analysis/MGA*) digunakan untuk membandingkan koefisien jalur pada dua sampel yang berbeda namun memiliki model yang sama (Romadhona, 2018). Suatu variabel dapat dikatakan pemoderasi apabila terdapat perbedaan koefisien jalur pada model yang sama dengan sampel yang berbeda (Ain, 2024). Variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan variabel moderasi kategorikal, dimana variabel ini terdiri dari beberapa kategori atau kelompok yang berbeda (generasi milenial dan generasi Z). Maka

dari itu peneliti pun menggunakan variabel *dummy*, dimana generasi milenial akan diberi nilai satu dan generasi Z akan diberi nilai dua (Ain, 2024).

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
PERPUSTAKAAN
YOGYAKARTA