

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Desain yang digunakan dalam studi ini dikembangkan dengan tujuan untuk membangun model empiris yang didasarkan pada kajian teori yang mendalam terkait dengan hubungan *Confirmation*, *Satisfaction*, *Perceived Usefulness*, dan kekuatan preferensi pengalaman serta bagaimana hal itu dapat menghasilkan *Continuance Intention* yang meningkat.

#### B. Populasi Penelitian

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti (Ferdinand, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna handphone Samsung di Wilayah Solo Raya yang meliputi Kota Surakarta, Sukoharjo, Boyolali, Karanganyar, Klaten, Sragen dan Wonogiri. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah pengguna yang telah menggunakan handphone Samsung lebih dari satu tahun dengan asumsi rata-rata toko memberikan garansi 12 sampai 22 bulan sebelum pada akhirnya pengguna memutuskan untuk menjual, membeli produk yang lebih canggih atau akan tetap menggunakan produk Samsung.

### C. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel yang diteliti adalah sejumlah 270 responden. Pengambilan sampel sejumlah 270 responden di dasarkan pada acuan dengan mengalikan 5 sampai 10 kali dari jumlah parameter yang diestimasi (Ferdinand, 2014). Sedangkan jumlah parameter yang diestimasi dalam penelitian ini adalah 27. Mengingat jumlah populasi tidak diketahui maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan responden dan kemudahan untuk mendapatkannya.

Sampel diambil atau terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat (Sekaran & Bougie, 2010). Adapun proses penentuan sampel dilakukan berdasar atas pengalaman pengguna dalam menggunakan handphone Samsung. Selanjutnya dipastikan bahwa pengguna yang dijadikan sampel penelitian ini memenuhi kriteria yang ditentukan yaitu adalah pengguna yang telah menggunakan handphone Samsung lebih dari satu tahun dan bersedia mengisi kuesioner. Apabila tidak bersedia dan tidak memenuhi kriteria, maka pengguna tersebut dilewati dan selanjutnya mencari pengguna lain yang memenuhi kriteria sampel. Dengan menggunakan teknik ini maka tidak semua populasi yang ada dalam penelitian ini memiliki peluang yang sama sebagai sampel penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel secara proposional berdasarkan Luck & Ronald (1987) yaitu teknik pengambilan sampel menggunakan *propotional sampling* dengan formulasi yaitu jumlah sampel di wilayah  $(n) = (\text{jumlah sampel yang ditentukan} : \text{jumlah sampel di wilayah})$ .

Berdasarkan rumus *propotional sampling* dapat dihitung besarnya proposional masing-masing wilayah adalah sebesar  $270 / 2.705 = 9,98\%$  kemudian dibulatkan menjadi 10%. Hasil perhitungan sampel seperti Tabel 3.1.

Tabel 3.1  
Jumlah Sampel Responden di Wilayah Solo Raya

Wilayah	Jumlah Konsumen	Proporsi per wilayah	Sampel
Surakarta	850	$850 \times 10\%$	85
Boyolali	560	$560 \times 10\%$	56
Karanganyar	410	$410 \times 10\%$	41
Sukoharjo	385	$385 \times 10\%$	38
Sragen	220	$220 \times 10\%$	22
Klaten	150	$150 \times 10\%$	15
Wonogiri	130	$130 \times 10\%$	13
<b>Jumlah</b>	<b>2.705</b>		<b>270</b>

Sumber : Data yang diolah, Samsung Experience Store (SES) (2017)

#### D. Teknik Pengambilan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendistribusian kuesioner secara langsung kepada responden, karena sampel yang ditentukan dapat dijangkau secara personal dan mudah ditemui karena berada pada wilayah Solo Raya. Teknik pendistribusian kuesioner dilakukan dengan menemui responden secara langsung dan memastikan bahwa responden memenuhi kriteria yang telah ditentukan, kemudian responden diberi penjelasan mengenai tujuan penelitian dan meminta kesediaannya untuk mengisi kuisisioner.

Kuesioner yang digunakan sebagai instrumen pengumpulan data, berisikan item-item pertanyaan yang dikembangkan untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti. Skala pengukuran yang digunakan untuk masing-masing variabel adalah skala interval. Skala interval adalah alat pengukur data yang dapat menghasilkan rentang nilai yang mempunyai makna, yang memungkinkan untuk melakukan uji

statistik parametrik. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *agree-disagree scale* yakni dengan mengembangkan pernyataan yang menghasilkan jawaban setuju – tidak setuju dalam berbagai rentang nilai (Ferdinand, 2011). Rentang nilai yang digunakan yakni dari skala 1 sangat tidak setuju sampai dengan skala 7 sangat setuju.

#### E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan lima variabel, yakni konfirmasi, persepsi penggunaan, kepuasan pengguna, kekuatan preferensi pengalaman dan niat melanjutkan pembelian. Konsep baru yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah kekuatan preferensi pengalaman (*The power of experience preference*) yang mempunyai pengaruh terhadap niat melanjutkan pembelian. Pengembangan variabel kekuatan preferensi pengalaman (*The power of experience preference*) melalui konfirmasi kegunaan, persepsi manfaat dan kepuasan pengguna sehingga berpengaruh terhadap niat melanjutkan pembelian. Variabel-variabel yang diteliti tersebut dilihat dari sisi pengguna.

Penelitian ini bermula dari kesenjangan penelitian antara kepuasan pengguna dengan niat melanjutkan pembelian. Untuk menjembatani kesenjangan tersebut, dikembangkan konsep baru kekuatan preferensi pengalaman. Telaah teori dan kajian terhadap penelitian terdahulu telah dilakukan secara mendalam mengenai konsep konfirmasi penggunaan, persepsi manfaat, kepuasan pengguna, kekuatan preferensi pengalaman dan niat melanjutkan pembelian.

Keterkaitan dari masing-masing konsep pada model empiris dapat dijelaskan bahwa: *pertama*, konfirmasi kegunaan sebagai variabel independen

yang mempengaruhi persepsi manfaat. *Kedua* persepsi manfaat sebagai variabel mediasi yang berpengaruh langsung pada kepuasan pengguna. *Ketiga* kepuasan pengguna sebagai variabel mediasi yang berpengaruh langsung pada kekuatan preferensi pengalaman. *Keempat* kekuatan preferensi pengalaman dalam penelitian ini sebagai konsep baru sebagai variabel yang diharapkan dapat menyelesaikan riset gap antara kepuasan dan niat melanjutkan pembelian. *Kelima* kekuatan preferensi pengalaman sebagai variabel intervening yang berpengaruh secara langsung pada niat melanjutkan pembelian. Dalam rangka menguji kekuatan preferensi pengalaman pada gambar diatas, maka dilakukan pengembangan model penelitian empiris untuk membuktikan masing-masing hubungan antar variabel penelitian.

Definisi operasional dan pengukuran variabel yang dipakai dalam menganalisis model penelitian ini dijelaskan pada Tabel 3.2.



**Tabel. 3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Item	Sumber
Konfirmasi penggunaan	Konfirmasi penggunaan adalah upaya pengguna untuk menguatkan dan memastikan tentang keputusan pembelian atau pembatalan terhadap suatu produk dengan melakukan pembuktian kepada orang lain yang telah menggunakan produk tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konfirmasi testimoni pengakuan langsung pengguna.</li> <li>▪ Konfirmasi dengan pengungkapan sikap positif terhadap produk/jasa.</li> <li>▪ Konfirmasi dengan respons pengguna lain dengan meminta bukti lebih lanjut.</li> <li>▪ Konfirmasi kepada pengguna dengan respons yang memperkuat persetujuan pembelian atas produk.</li> </ul>	Kuo <i>et al.</i> (2012), (Wang & Po-Lo 2002) dan (Bansal <i>et al.</i> 2005)
Persepsi manfaat	Persepsi manfaat merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu produk akan mempermudah mereka dalam menyelesaikan pekerjaannya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kemudahan aplikasi yang digunakan.</li> <li>▪ Persepsi nilai dari produk.</li> <li>▪ Persepsi harga dari produk.</li> <li>▪ Persepsi teknologi yang digunakan.</li> </ul>	Larsen <i>et al.</i> (2009), Kim (2010), Hung <i>et al.</i> (2012)
Kepuasan Pengguna	Kepuasan pengguna merupakan tingkat perasaan pengguna setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kesesuaian harapan.</li> <li>▪ Bercerita hal positif tentang produk.</li> <li>▪ Kesiediaan memberikan rekomendasi.</li> <li>▪ Sedikit menyampaikan keluhan.</li> <li>▪ Mengunggulkan nilai tambah produk.</li> </ul>	Kotler, (2005), Gasperz, (2005), dan Oliver (2007)
Kekuatan preferensi pengalaman.	Kekuatan preferensi pengalaman merupakan pandangan positif yang selalu menginspirasi tentang kemanfaatan suatu produk dibandingkan dengan produk-produk lain sejenis yang dikonsumsi pada masa lalu.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Selalu menceritakan manfaat produk.</li> <li>▪ Ingatan yang dalam tentang kegunaan suatu produk</li> <li>▪ Kenangan atribut produk yang menarik.</li> <li>▪ Kesan yang mendalam terhadap desain produk.</li> <li>▪ Pencapaian rasa percaya diri yang tinggi atas penggunaan produk.</li> </ul>	Bettman <i>et al.</i> (1998), Zablah, <i>et al.</i> (2004), Arndt <i>et al.</i> (2004), Novemsky <i>et al.</i> (2007), Schmitt (2009), Verhoef <i>et.al</i> (2009), Labrecque <i>et.,al</i> (2013).
Niat melanjutkan pembelian	Niat melanjutkan pembelian merupakan keinginan pengguna terhadap hasil yang dicapai mereka yang disebabkan oleh aktivitas-aktivitas pembelian sebuah produk.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Loyalitas terhadap merek.</li> <li>▪ Niat tetap memilih terhadap produk.</li> <li>▪ Intensitas pembelian ulang.</li> <li>▪ Kualitas yang terjamin.</li> </ul>	Zboja & Voorhees (2006) dan Nagy & Kacmar (2013).

Sumber : dari berbagai literatur.

Pengukuran instrumen dan indikator di atas merupakan variabel-variabel yang terdiri dari konfirmasi penggunaan yang diukur dengan menggunakan skala interval, yaitu skala 1 – 7. Variabel persepsi manfaat diukur dengan menggunakan skala interval, yaitu skala 1 – 7. Variabel kepuasan pengguna diukur dengan menggunakan skala interval, yaitu skala 1 – 7. Variabel Kekuatan preferensi pengalaman diukur dengan menggunakan skala interval, yaitu skala 1 – 7. Variabel Niat melanjutkan pembelian diukur dengan menggunakan skala interval, yaitu skala 1 – 7.

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi empiris atas data yang dikumpulkan dalam penelitian. Ada beberapa jenis-jenis analisis statistik deskriptif yaitu distribusi frekuensi, statistik rata-rata dan menggunakan angka indeks. Dalam menguji hasil penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan metode angka indeks. Angka jawaban responden yang digunakan mulai angka 1-7.

### 2. Pengujian Hipotesis

Sesuai dengan model yang dirancang dalam studi ini yaitu mendesain variabel kedalam dua bentuk yaitu variabel *latent/construct (unobserved variable)* dan variabel *manifest (observed variable)*. Variabel *latent (unobserved variable)* adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, sehingga memerlukan beberapa indikator untuk mengukurnya. Sedangkan variabel *manifest (observed variable)* adalah variabel yang dapat

diukur atau merupakan indikator dari variabel laten (Ghozali, 2004). Oleh karena itu teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini *adalah Structural Equation Modelling (SEM)* berupa AMOS /Amos Graph.

Teknik ini menurut Ferdinand (2006) diartikan sebagai sekumpulan teknik pengujian statistik yang memungkinkan untuk menguji serangkaian hubungan/model relatif rumit. Keunggulan teknik analisis ini dalam studi manajemen, karena kemampuannya dalam menguji secara bersama-sama: model struktural dan *measurement model*.

*SEM* dapat melakukan konfirmasi berbagai indikator/dimensi dari suatu konsep/konstruk dan mengukur hubungan-hubungan antar variabel yang secara teoretis ada. Studi ini akan menganalisis pengaruh antar variabel, dimana terdapat beberapa variabel dependen dan variabel dependen ini dapat menjadi variabel independen bagi variabel dependen lainnya. Jadi, alasan menggunakan teknik ini karena secara metodologis desain penelitian ini bersifat simultan, memiliki hubungan relatif rumit, dan menggunakan SEM dengan *software* AMOS diprediksikan mampu menguji apa yang ingin dicapai dalam studi.

Analisis selanjutnya dilakukan pada *Structural Equation Modeling* dengan langkah yang sama yaitu menguji parameter-parameter yang dihasilkan *goodness of fit* dan langsung menguji hipotesis penelitian mengenai hubungan kausalitas yang dikembangkan dalam model. Teknik analisis yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Analisis faktor konfirmatori.

b. Analisis korelasi.

*commit to user*



c. Analisis *Structural Equation Modelling (SEM)*

Analisis faktor konfirmatori merupakan teknik analisis dari *measurement model* yang fungsinya untuk menyelidiki unidimensionalitas dari indikator-indikator yang menjelaskan sebuah variabel laten. Analisis korelasi adalah alat statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui derajat hubungan linier antara satu variabel dengan variabel lain, angka korelasi dihasilkan pada *measurement model*.

Hubungan kausalitas antar dua variabel terjadi bila kedua variabel tersebut mempunyai hubungan atau angka korelasi antar dua variabel signifikan atau nilainya besar. Antar variabel independen (konstruk eksogen) harus tidak mempunyai hubungan atau angka korelasi antar kedua variabel tersebut tidak signifikan atau nilainya kecil. Analisis regresi adalah teknik untuk membangun persamaan garis lurus dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan. Analisis regresi merupakan teknik analisis yang dipakai dalam *structural equation modelling*. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara konstruk eksogen dengan konstruk endogen sehingga hipotesis penelitian yang dikembangkan dalam model dapat diuji dari kuesoner yang telah diisi oleh responden.

SEM digunakan karena keunggulannya yang mempunyai kemampuan untuk menampilkan sebuah model komprehensif bersamaan dengan kemampuan untuk mengkonfirmasi dimensi atau faktor dari sebuah konsep melalui indikator-indikator empiris serta kemampuannya untuk mengukur pengaruh antar faktor yang secara teoritis ada, oleh karena itu SEM biasanya dipandang sebagai kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi, dan

tentu saja dapat diaplikasikan secara terpisah hanya dalam analisis faktor (yaitu *Confirmatory Factor Analysis*) ataupun hanya dalam analisis regresi. Asumsi yang harus dipenuhi dalam prosedur pengumpulan dan pengolahan data yang dianalisis dengan pemodelan SEM adalah sebagai berikut:

a. Ukuran sampel

Ukuran sampel yang harus dipenuhi dalam pemodelan ini adalah 200 (dua ratus) sampel karena menggunakan teknik estimasi *Maximum Likelihood Estimation*.

b. Normalitas atau linearitas

Sebaran data harus dianalisis untuk melihat apakah asumsi normalitas dipenuhi sehingga data dapat diperoleh lebih lanjut untuk pemodelan SEM ini. Normalitas dapat diuji dengan melihat gambar histogram data atau dapat diuji dengan metode-metode statistik. Uji normalitas ini perlu dilakukan baik untuk normalitas terhadap data tunggal maupun normalitas multivariat dimana beberapa variabel digunakan sekaligus dalam analisis akhir. Uji linearitas dapat dilakukan dengan mengamati *scatterplots* dari data yaitu dengan memilih pasangan data dan dilihat pola penyebaran datanya untuk dilihat ada tidaknya kelinearitasannya.

c. *Outlier*

*Outliers* adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara *univariat* maupun *multivariat* yaitu yang muncul karena kombinasi karakteristik unit yang dimilikinya dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi-observasi lainnya. Terapinya diadakan *treatment* khusus pada

*commit to user*

*outliers* ini asal diketahui bagaimana munculnya *outliers* itu. *Outlier* pada dasarnya dapat muncul dalam empat kategori.

d. *Multicollinearity dan singularity*

Multikolinearitas dapat dideteksi dari *determinan matriks kovarians*. Nilai determinan matriks kovarians yang sangat kecil (*extremely small*) memberi indikasi adanya problem multikolinearitas atau singularitas. Pada umumnya program-program komputer SEM telah menyediakan fasilitas “*warning*” setiap kali terdapat indikasi multikolinearitas atau singularitas. Bila muncul pesan itu, telitilah ulang data yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat kombinasi linear dari variabel yang dianalisis. Perlakuan data (*data treatment*) yang dapat diambil adalah keluarkan variabel yang menyebabkan singularitas itu. Apabila singularitas dan multikolinearitas ditemukan dalam data yang dikeluarkan itu, salah satu *treatment* yang dapat diambil adalah dengan menciptakan “*composite variables*”, lalu gunakan *composite variable* itu dalam analisis selanjutnya (Ferdinand, 2002).

Pemodelan SEM yang lengkap pada dasarnya terdiri dari *Measurement Model* dan *Structural Model*. *Measurement Model* atau model pengukuran ditujukan untuk mengkonfirmasi sebuah dimensi atau faktor berdasarkan indikator-indikator empirisnya. *Structural Model* adalah model mengenai struktur hubungan yang membentuk atau menjelaskan kausalitas antara faktor.

Sesuai dengan kerangka konseptual dan hipotesis yang ada, maka dilakukan pengujian data hasil penelitian menggunakan analisis SEM.

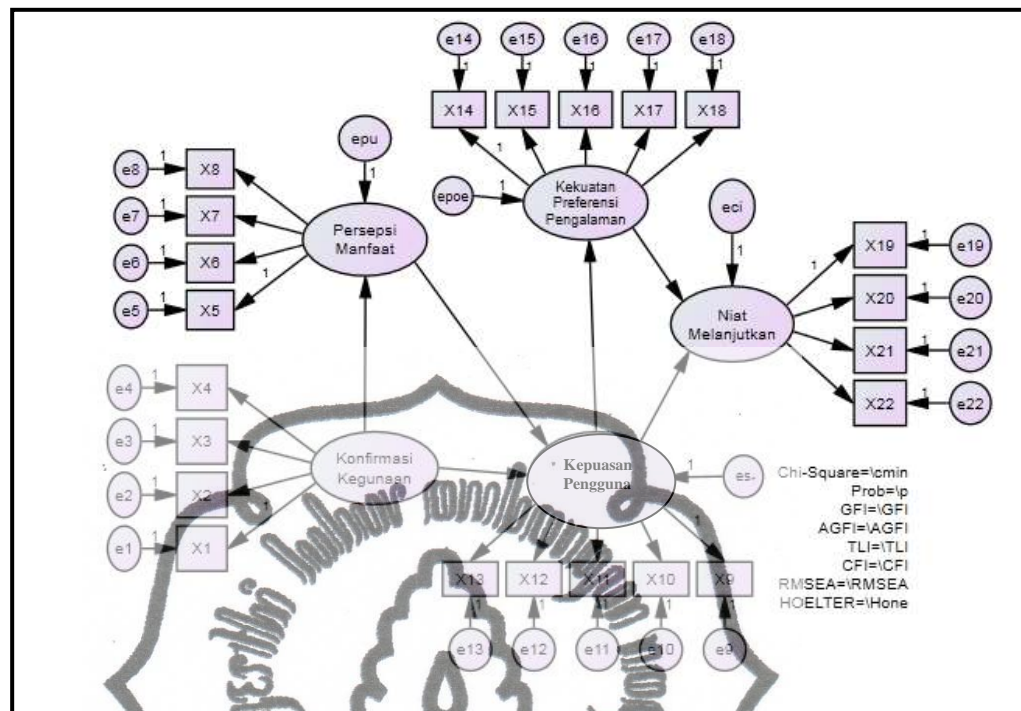
Menurut Hair dalam Ferdinand (2006) terdapat tujuh langkah yang harus dilakukan apabila menggunakan SEM, yaitu :

a. Pengembangan model berbasis teori

Langkah pertama dalam pengembangan model SEM adalah pencarian atau pengembangan model yang mempunyai justifikasi teoritis yang kuat. Peneliti harus melakukan serangkaian eksplorasi ilmiah melalui telaah pustaka untuk mendapatkan justifikasi atau model teoritis yang dikembangkan.

b. Pengembangan diagram alur (*path diagram*)

Diagram alur akan mempermudah peneliti melihat hubungan-hubungan kausalitas yang ingin diuji. Peneliti biasanya bekerja dengan konstruk atau faktor, yaitu konsep-konsep yang memiliki pijakan teoritis yang cukup untuk menjelaskan berbagai bentuk hubungan. Dalam gambar diagram alur, hubungan antar konstruk dinyatakan melalui anak panah. Anak panah lurus menunjukkan hubungan kausalitas yang langsung antara satu konstruk dengan konstruk lainnya. Sedangkan garis lengkung antar konstruk dengan anak panah pada setiap ujungnya menunjukkan korelasi antar konstruk. Diagram alur dapat dilihat pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2. Diagram alur Model Penelitian Empiris

Diagram alur model penelitian empiris pada Gambar 3.2. memperlihatkan tiga variabel eksogen dan dua variabel endogen. Variabel eksogen tersebut adalah konfirmasi kegunaan, sedangkan variabel endogen adalah persepsi manfaat, kepuasan pengguna, kekuatan preferensi pengalaman, dan niat melanjutkan pembelian. Adapun penjelasan model diagram alur penelitian dapat dilihat berikut.

- 1) Terdapat satu variabel exogen yaitu: konfirmasi kegunaan. Terdapat empat variabel endogen: persepsi manfaat, kepuasan pengguna, kekuatan preferensi pengalaman, dan niat melanjutkan pembelian.
- 2) Antar variabel exsogen harus dikovariankan dengan saling menghubungkan kedua variabel ini dengan dua anak panah (hubungan kovarian atau korelasi). *commit to user*



3) Semua variabel endogen harus diberi error atau nilai *residual regression*.

c. Konversi diagram alur ke dalam persamaan

Persamaan yang didapat dari diagram alur yang dikonversi terdiri dari dua persamaan yaitu :

- 1) Persamaan struktural, yang dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk.
- 2) Persamaan spesifikasi model pengukuran, peneliti menentukan variabel yang mengukur suatu konstruk dan menentukan serangkaian matrik yang menunjukkan korelasi antar konstruk atau variabel sesuai dengan hipotesis.

Persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*), Komponen struktural mengevaluasi hipotesis hubungan kausal antara latent variabel pada model kausal dan pengujian seluruh hipotesis dari model sebagai satu keseluruhan.

▪ Memilih matriks input dan estimasi model

Input data yang digunakan pada metode SEM menggunakan matrik *varians/covarians* atau matrik korelasi untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan. Matrik *covarians* digunakan karena SEM memiliki keunggulan dalam menyajikan perbandingan yang valid antara populasi yang berbeda, yang tidak dapat disajikan oleh korelasi. Pada saat pengujian teori disarankan menggunakan *varians/covarians*, sebab lebih memenuhi asumsi-asumsi metodologi dan *standard error* yang dilaporkan akan

menunjukkan angka yang lebih akurat dibanding dengan menggunakan matrik korelasi.

- Memilih identifikasi masalah

Pada program komputer yang digunakan untuk estimasi model kausal, salah satu masalah yang dihadapi adalah identifikasi masalah. Permasalahan ini pada prinsipnya adalah ketidak mampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Identifikasi masalah dapat muncul melalui gejala berikut yaitu :

- 1) Standard error untuk satu atau beberapa koefisien terlalu besar.
- 2) Program tidak mampu menghasilkan matrik informasi yang seharusnya disajikan.
- 3) Muncul angka yang aneh misalnya *varians error* yang negatif.
- 4) Muncul korelasi yang sangat tinggi antar koefisien estimasi yang didapat misalnya lebih dari 0,9.
- 5) Jika setiap kali estimasi dilakukan muncul adanya identifikasi masalah, maka sebaiknya model dipertimbangkan ulang dengan mengembangkan lebih banyak konstruk.

- Evaluasi kriteria *goodness of fit*

Pada tahap ini kesesuaian model dievaluasi, melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness of fit*. Langkah pertama yang dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi-asumsi SEM. Bila asumsi sudah terpenuhi, maka model dapat diuji melalui berbagai cara. Setelah uji kesesuaian model, dilakukan

*commit to user*

penilaian unidimensionalitas dan reliabilitas. Unidimensionalitas adalah suatu asumsi yang digunakan dalam menghitung reliabilitas dari model yang menunjukkan bahwa dalam sebuah model satu dimensi, indikator-indikator yang digunakan memiliki derajat kesesuaian yang baik (Ferdinand, 2006). Pendekatan yang dianjurkan dalam menilai sebuah model pengukuran adalah menggunakan metode *composite reliability dan variance extracted*.

▪ Interpretasi dan modifikasi model

Tahap terakhir pengujian adalah menginterpretasikan model dan memodifikasi model-model yang tidak memenuhi syarat pengujian. Setelah model diestimasi, residualnya harus kecil atau mendekati nol dan distribusi frekuensi dari kovarian residual harus bersifat simetrik (Ferdinand, 2006). Batasan untuk mempertimbangkan perlu tidaknya modifikasi sebuah model dengan melihat jumlah residual adalah 5%.

**Tabel 3.3.**  
**Indeks kesesuaian dalam SEM (*Goodness of Fit Index*)**

Goodness of Fit Index		Cut-off Value	Keterangan
1.	Chi-square	Diharapkan kecil	Diterima bila keseluruhan nilai cut-off value terpenuhi.
2.	Probability	$\geq 0.05$	
3.	CMIN/DF	$\leq 2.00$	
4.	GFI	$\geq 0.90$	
5.	AGFI	$\geq 0.90$	
6.	TLI	$\geq 0.95$	
7.	CFI	$\geq 0.95$	
8.	RMSEA	$\leq 0.08$	

Sumber: Hair *et al.*, (1995), Ferdinand, (2006).

### 3. Pengujian Model Struktural

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). SEM merupakan teknik *multivariate* yang mengkombinasikan aspek regresi berganda dan analisis faktor untuk mengestimasi serangkaian hubungan ketergantungan secara simultan (Hair *et.al.*, 1998). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan program AMOS \* Graph untuk menganalisis hubungan kausalitas dalam model struktural yang diusulkan. Secara lebih rinci ditampilkan dalam Tabel 3.4.

Tabel 3.4 Persamaan Model Penelitian

Hipotesis	Persamaan
H <sub>1</sub>	Persepsi manfaat = $\beta_1$ . Konfirmasi penggunaan + $\zeta_1$
H <sub>2</sub>	Kepuasan pengguna = $\beta_2$ . Konfirmasi penggunaan + $\zeta_2$
H <sub>3</sub>	Kepuasan pengguna = $\beta_3$ . Persepsi manfaat + $\zeta_3$
H <sub>4</sub>	Kekuatan preferensi pengalaman = $\beta_4$ . Kepuasan pengguna + $\zeta_4$
H <sub>5</sub>	Niat melanjutkan pembelian = $\beta_5$ . Kekuatan preferensi pengalaman + $\zeta_5$
H <sub>6</sub>	Niat melanjutkan pembelian = $\beta_6$ . Kepuasan pengguna + $\zeta_6$
H <sub>7</sub>	Niat melanjutkan pembelian = $\beta_1$ . Kepuasan pengguna + $\beta_4$ . Kekuatan preferensi pengalaman + $\beta_4$ . Kekuatan preferensi pengalaman X kepuasan pengguna + $\zeta_7$

Sumber: Mapping Jurnal oleh Peneliti (2019)

### 4. Pengujian Peran Mediasi

Pengujian peran mediasi suatu variabel, dalam penelitian ini adalah variabel kekuatan preferensi pengalaman dilakukan dengan menguji hipotesis yang dikembangkan melalui uji z dari sobel atau *Sobel test* (Soper, D.S, 2014). Dalam penelitian ini, untuk menganalisis peran penting dari variabel kekuatan preferensi pengalaman sebagai konsep baru yang ditawarkan untuk

mengatasi kesenjangan penelitian antara kepuasan pelanggan dengan niat melanjutkan pembelian.

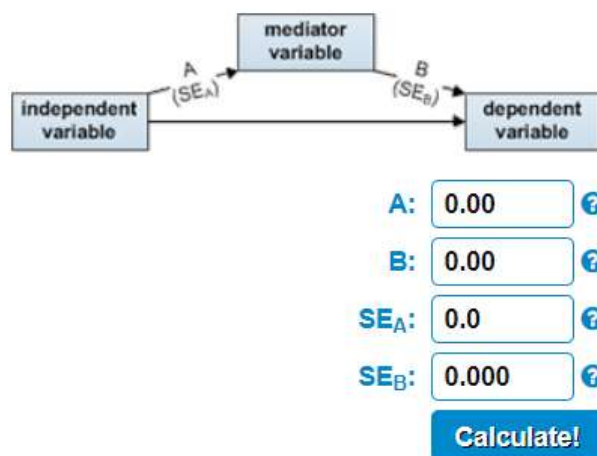
Analisis sobel test ini untuk menilai signifikansi dari pengaruh tidak langsung atau pengaruh mediasi dalam model persamaan struktural dengan menggunakan rumus berikut:

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{(b^2 SE_a^2 + (a^2 SE_b^2)}}$$

Keterangan:

- A = Koefisien regresi untuk pengaruh variabel independen ke variabel mediasi  
 b = Koefisien regresi dari variabel mediasi ke variabel dependen  
 SE<sub>a</sub> = *Standar error of estimation* dari pengaruh variabel independen ke variabel mediasi  
 SE<sub>b</sub> = *Standar error of estimation* dari pengaruh variabel mediasi ke variabel dependen

Proses perhitungan dilakukan secara *online calculator* yang tersaji dalam alamat *website* <http://www.danielsoper.com>. Bentuk analisis adalah sebagai berikut:



Sumber : [www.danielsoper.com](http://www.danielsoper.com)



Perhitungan *sobel test* untuk menguji signifikansi variabel moderasi dapat dijelaskan bahwa peran kekuatan preferensi pengalaman berperan secara signifikan sebagai mediator untuk menjembatani kesenjangan antara kepuasan pelanggan dengan niat melanjutkan pembelian yang dapat dibuktikan dengan melihat pada nilai *Sobel Test* dengan nilai P-Val (diuji dua sisi). Apabila hasil pengujian signifikansi variabel mediasi memberikan nilai  $< 0,05$  (5%) maka pentingnya variabel kekuatan preferensi pengalaman sebagai pemediasi untuk menjembatani kesenjangan penelitian antara kepuasan pelanggan dengan niat melanjutkan pembelian.

