

BAB 2

LANDASAN TEORI

Bagian ini membahas mengenai teori yang relevan dengan penelitian yang berfungsi sebagai dasar dalam menyelesaikan penelitian. Pembahasan teori meliputi pengertian carsharing application, Expectation Confirmation Model, Task Technology Fit, Structural Equation Modelling, dan Sampling.

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1 Penelitian: An Integrated Model for Customer Online Repurchase Intention

Prybutok (2014) melakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan niat untuk melakukan pembelian online menggunakan model yang terpadu dengan cara menilai bagaimana faktor-faktor utilitarian seperti, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *confirmation*, dan *satisfaction* dari *Expectation-Confirmation Model* (ECM), faktor hedon seperti *perceived enjoyment*, dan faktor psikologis atau sosial seperti faktor kepercayaan atau ketidakpercayaan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Prybutok (2014) mengembangkan model ini dengan cara menggabungkan area *antecedent* pada IS, pemasaran dan psikologis sosial. Model ini mengadaptasi konstruk dari TAM (*perceived usefulness* dan *perceived ease of use*), konstruk ECM (*confirmation* dan *satisfaction*), kepercayaan, dan *perceived enjoyment*.

2.1.2 Penelitian: An expectation-confirmation model of continuance intention to use mobile instant messaging

Secara keseluruhan penelitian yang dilakukan oleh Oghuma (2016) menggunakan *Expectation-Confirmation Model* (ECM) untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan kembali aplikasi pesan instan. Variabel yang di evaluasi pada penelitian ini adalah *satisfaction*, *perceived usability*, *perceived usefulness*, *perceived security*, *confirmation*, dan *perceived service quality*. Hasil studi yang dilakukan oleh Oghuma (2016) menunjukkan seluruh variable berdampak positif terhadap niat menggunakan aplikasi pesan instan , kecuali varianle *perceived security*.

2.1.3 Penelitian: What drives purchase intention for paid mobile apps? – An expectation confirmation model with perceived value

Chin-Lung Tsu (2015) pada penelitiannya menggunakan model ECM yang telah dimodifikasi. Model tersebut bertujuan untuk menunjukkan bahwa niat untuk menggunakan aplikasi berbayar ditentukan oleh variable *perceived value*, *satisfaction*, peringkat aplikasi, keberadaan aplikasi alternatif dan kebiasaan. Kemudian *satisfaction* juag terbukti berdampak positif terhadap *perceived value* dan *confirmation*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *confirmation* terbukti berdampak positif terhadap *perceived value* dan *satisfaction*. Selanjutnya dari sudut pandang *perceived value*, nilai uang yang harus dibayarkan adalah satu-satunya faktor yang

memengaruhi niat pengguna untuk membeli dan peringkat aplikasi bersedia membeli berdampak positif terhadap niat user untuk membeli aplikasi berbayar. Selain itu kebiasaan pengguna terbukti secara tidak langsung memengaruhi niat untuk membeli aplikasi berbayar

2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 berikut akan menjelaskan perbandingan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan sebelumnya. Perbandingan dilakukan berdasarkan variabel yang digunakan dan hasil penelitian.

Tabel 2.1 Perbandingan penelitian terdahulu

Penulis	Variabel	Kesimpulan
(Wen, Prybutok, & Xu, 2014)	<ul style="list-style-type: none"> • Perceived ease of use • Confirmation • Trust • Perceived usefulness • Satisfaction • Perceived enjoyment • Repurchase intention 	Variable Trust tidak memiliki pengaruh langsung terhadap Repurchase intention
(Oghuma, Libaque-Saenz, Wong, & c, 2016)	<ul style="list-style-type: none"> • Perceived Performance <ul style="list-style-type: none"> ○ Service Quality • Post Acceptance Model of IS Continuance 	Perceived Security tidak memiliki dampak terhadap Continuance Intention

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Confirmation ○ Satisfaction ○ Continuance Intention ● Perceived usability <ul style="list-style-type: none"> ○ Usefulness ○ Enjoyment ○ User Interface ● Perceived Security 	
(Hsu & Lin, 2015)	<ul style="list-style-type: none"> ● Perceived Value <ul style="list-style-type: none"> ○ Performance ○ Valuer-For-money ○ Emotional ○ Social ● Confirmation ● Satisfaction ● Intention to purchase paid apps <ul style="list-style-type: none"> ○ App rating ○ Free alternatives to paid app ○ Habit 	Variabel Performance, Emotional, habit, dan satisfaction tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap Intention to purchase paid app

2.3 Carsharing Application

Carsharing merupakan sebuah model penyewaan kendaraan dimana kendaraan disewakan untuk periode singkat (umumnya berbasis per jam) (Millard-Ball, Murray, Schure, & Fox, 2005). Pengguna dapat mengakses aplikasi melalui smartphone. Program model ini memanfaatkan teknologi *Global Positioning System* (GPS) untuk memasang pengemudi dan kendaraan. Prinsip dasar carsharing yaitu menyediakan keuntungan memiliki kendaraan pribadi tanpa biaya dan tanggungjawab kepemilikan kendaraan pribadi (Shaheen, Sperling, & Wagner, 1998). Terdapat dua jenis carsharing, yaitu (Lemperta, Zhaoa, & Dowlatabadia, 2018):

1. *One-way* carsharing, merupakan model *carsharing* dimana pengguna bisa mengambil dan mengembalikan kendaraan dimanapun selama berada dalam area layanan
2. *Two-way carsharing*, merupakan model *carsharing* dimana pengguna mengambil kendaraan pada lokasi yang telah ditentukan dan pengguna mengembalikan kendaraan ke lokasi awal.

Carsharing mobile application termasuk ke dalam jenis *two-way carsharing* dimana pengguna mengambil kendaraan di lokasi yang telah ditentukan dan pengguna harus mengembalikan kendaraan ke lokasi awal.

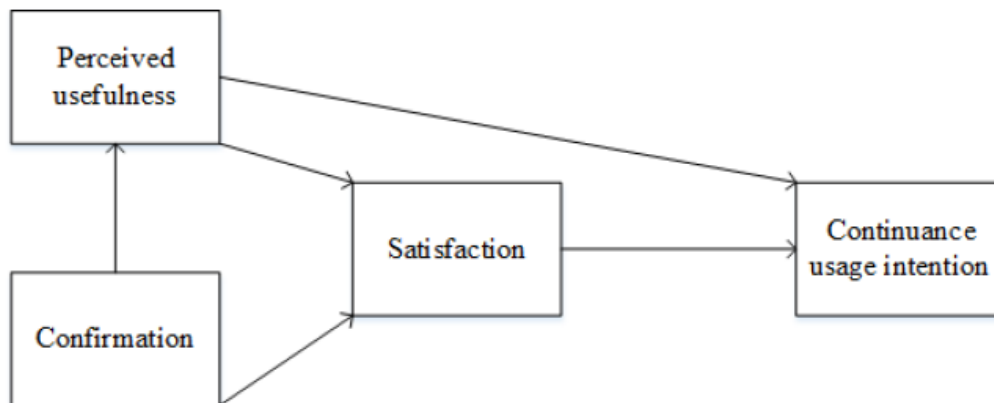
2.4 Expectation Confirmation Model

Expectation Confirmation Model (ECM) adalah model yang dikembangkan oleh Anol Battacherjee pada tahun 2001 dengan mengadopsi Expectation Confirmation

Theory (ECT). ECT merupakan teori yang menjelaskan keinginan konsumen untuk membeli kembali. ECT banyak digunakan dalam bidang pemasaran. Beberapa adaptasi yang dilakukan pada ECM terhadap ECT antara lain:

1. Mengganti variabel expectation dengan perceived usefulness
2. Mengganti reuse intention menjadi continuance menjadi continued usage intention. Namun, repurchase intention bisa disamakan dengan reuse intention karena keduanya sama-sama dipengaruhi oleh penggunaan awal produk (Hsu & Lin, 2015)
3. Mendefinisikan variabel confirmation sebagai kesesuaian antara harapan dan kinerja aktual
4. Menghilangkan variabel performance karena pengaruh kinerja sudah dijelaskan pada variabel confirmation

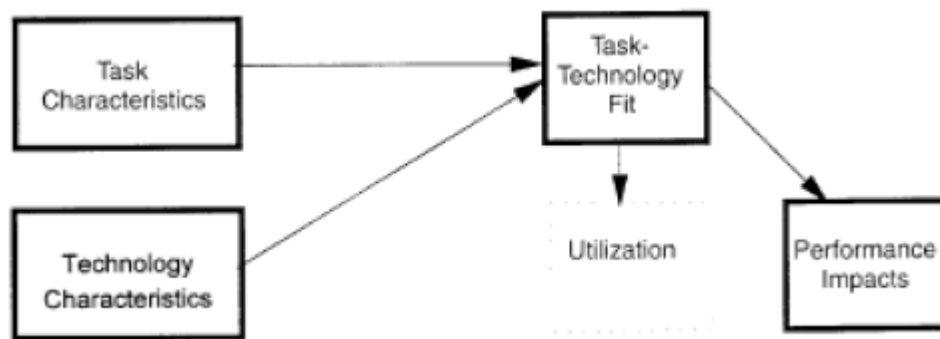
Pada penelitiannya Bhattacharjee (2001) menjelaskan bahwa proses penggunaan dalam membuat keputusan menggunakan kembali sebuah sistem informais seperti halnya keputusan seorang konsumen dalam membeli suatu produk. Gambar berikut menunjukkan kerangka berpikir dari ECM.



Gambar 2.1 ECM Model (Bhattacharjee, 2001)

2.5 Task Technology Fit (TTF) Model

Task Technology Fit (TTF) merupakan satuan yang digunakan untuk mengetahui kesesuaian antara fungsionalitas sebuah teknologi dengan jenis pekerjaan yang dilakukan (Huang, Wu, & Chou, 2013). Sementara TTF Model adalah sebuah model yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh TTF terhadap kinerja seseorang dalam menyelesaikan pekerjaan (Lu & Yang, 2014). Gambar berikut menunjukkan kerangka berpikir TTF Model.



Gambar 2.2 TTF Model (Huang, Wu, & Chou, 2013)

Berdasarkan Gambar 2.2, ada dua komponen yang mempengaruhi TTF yaitu: task characteristic dan technology characteristic (Goodhue, 1995). Task characteristic mengacu kepada jenis kegiatan yang dilakukan oleh pengguna. Sedangkan, Technology Characteristic mengacu kepada teknologi yang digunakan pengguna

2.6 Structural Equation Modelling (SEM)

Structural Equation Modelling (SEM) adalah teknik analisis multivariat generasi kedua yang mampu melakukan analisis beberapa variabel secara simultan. Variabel-variabel tersebut biasanya menggambarkan pengukuran yang berhubungan dengan individu, aktivitas, perusahaan, peristiwa dan sebagainya. Terdapat dua tipe variabel

di dalam SEM yaitu unobserved variable dan observed variable. Unobserved variable bisa juga disebut variabel laten adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Sedangkan, observed variable merupakan variabel yang dapat diukur secara langsung.

Terdapat dua jenis SEM, Covariance-Based SEM (CB-SEM) dan Partial Least Square SEM (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2014). CB-SEM biasanya digunakan untuk mengkonfirmasi suatu teori dengan cara menentukan seberapa baik model teoritis dapat memperkirakan covariance matrix dari suatu set sampel data. Sementara itu, PLS-SEM umumnya digunakan untuk mengembangkan teori dalam penelitian.

2.7 Sampling

Sampling adalah proses memilih orang, objek, atau peristiwa yang tepat untuk dijadikan representasi dari populasi (Sekaran & Bougie, 2016). Terdapat dua metode pengambilan sampel yaitu pengambilan secara acak (probability sampling) dan pengambilan secara tidak (nonprobability sampling) (Sekaran & Bougie, 2016). Terdapat dua jenis probability sampling:

1. *Unrestricted* atau lebih dikenal dengan Simple Random Sampling merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen yang terdapat dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai subjek penelitian.
2. *Restricted* atau lebih dikenal dengan Complex Random Sampling teknik ini diklaim dapat meningkatkan efisiensi dibandingkan unrestricted. Efisiensi dapat dicapai karena rancangan pengambilan sampel yang memungkinkan peneliti bisa mendapatkan informasi lebih banyak. Terdapat beberapa jenis complex

random sampling yaitu systematic sampling, stratified sampling, cluster sampling, dan double sampling.

Sementara itu, terdapat dua jenis nonprobability sampling yaitu:

1. *Convenience sampling* merupakan kumpulan informasi dari anggota populasi yang dapat dengan mudah ditemui untuk memberikan informasi-informasi yang diperlukan tersebut.
2. *Purposive sampling* merupakan teknik pengumpulan sample dengan cara mendapatkan informasi dari kelompok-kelompok yang spesifik, dan tidak bergantung pada kemudahan untuk ditemui. Terdapat beberapa jenis purposive sampling yaitu judgement sampling, dan quota sampling

2.8 Evaluasi Common Method Variance

Common Method Variance (CMV) adalah variasi pada data penelitian yang terjadi karena metode pengumpulan data yang digunakan, bukan karena kecenderungan responden untuk memilih jawaban tertentu (Eichhorn, 2014). CMV dapat disebabkan oleh beberapa hal seperti penggunaan skala yang sama pada instrumen penelitian, cara menampilkan pertanyaan kepada responden, dan faktor kontekstual (waktu, lokasi dan media).

Salah satu cara untuk mengevaluasi CMV adalah dengan melakukan Harman Single Factor Test (Eichhorn, 2014). Harman Single Factor Test menggunakan exploratory factor analysis dimana seluruh variabel dimasukkan ke dalam satu faktor, jika nilai dari faktor tersebut bernilai di atas 50% maka terdapat indikasi bahwa terdapat CMV.

2.9 Evaluasi Measurement Model

Evaluasi measurement model di PLS-SEM bertujuan untuk membantu peneliti dalam menguji validitas dan reliabilitas dari model yang diukur. Model tersebut dievaluasi dengan menggunakan konsistensi reliabilitas internal, validitas konvergen, dan validitas diskriminan. Sebelum memulai evaluasi measurement model. Model penelitian terlebih dahulu dicek nilai outer loading dari tiap indikatornya. Nilai outer loading konstruk yang tinggi mengindikasikan bahwa indikator yang diasosiasikan memiliki banyak kesamaan. Karakteristik ini biasa disebut dengan reliabilitas indikator. Menurut aturan umum, nilai reliabilitas indikator yang baik adalah 0,7 atau lebih (Hair, Hult, & Sarstedt, 2014).

2.10 Evaluasi Konsistensi Realibilitas Internal

Kriteria yang diuji pertama kali biasanya adalah konsistensi reliabilitas internal, Untuk menguji konsistensi internal, PLS-SEM memprioritaskan indikator berdasarkan reliabilitas individual dengan menggunakan composite reliability. Alasannya adalah karena Cronbach's alpha yang biasa dipakai sebagai ukuran umumnya cenderung mengabaikan konsistensi reliabilitas internal dan lebih berfokus kepada korelasi antar variabel indikator yang diamati (Hair, Hult, & Sarstedt, 2014).

Menurut Hair, Hult, dan Sarstedt (2014), nilai composite reliability yang dianggap memuaskan untuk evaluasi model adalah sebesar 0,7 sampai 0,9. Namun nilai 0,6 sampai 0,7 juga bisa diterima untuk penelitian awal. Sementara nilai yang lebih tinggi dari 0,9 dianggap tidak diinginkan karena mengindikasikan semua indikator

mengukur fenomena yang sama dan kecil kemungkinannya untuk menjadi ukuran yang valid. Sementara itu, menurut Chin (1998) nilai composite reliability yang memuaskan harus di atas 0,6. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini akan menggunakan nilai composite reliability di atas 0.7 sebagai nilai yang dianggap memuaskan.

2.11 Evaluasi Validitas Konvergen

Menurut Hair, Hult, dan Sarstedt (2014) validitas konvergen adalah sebuah tingkat di mana suatu ukuran berkorelasi positif dengan ukuran alternatif dari konstruk yang sama. Untuk melakukan validitas konvergen, peneliti perlu mempertimbangkan rata-rata varian yang diekstrak (AVE). Nilai AVE yang diterima adalah sama atau di atas 0,50 karena nilai tersebut dianggap dapat menjelaskan lebih dari setengah varian indikatornya

2.12 Evaluasi Validitas Diskriminan

Menurut Hair, Hult, dan Sarstedt (2014), validitas diskriminan ditujukan untuk mengukur bagaimana sebuah konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya berdasarkan standar empiris. Metode yang digunakan adalah dengan menguji cross loading dari indikator-indikator yang ada. Nilai outer loading dari sebuah indikator seharusnya lebih besar dari seluruh nilai cross loading-nya dengan konstruk lain.

Selain cross loading, metode lain yang digunakan adalah “Fornell-Larcker Criterion.” Metode ini membandingkan akar kuadrat dari nilai AVE dengan korelasi variabel

laten. Seharusnya, akar kuadrat dari setiap nilai AVE konstruk lebih besar dari nilai korelasi tertinggi dengan konstruk lain (Hair, Hult, & Sarstedt, 2014). Penilaian metode ini berdasarkan ide bahwa konstruk seharusnya berbagi varian lebih banyak dengan indikator asosiasinya dibandingkan dengan konstruk lain.

2.13 Uji Kolnearitas

Menurut Hair, Hult, Ringle, dan Sarstedt (2014), kolnearitas adalah tingginya korelasi antara dua indikator. Hal ini bisa terjadi karena indikator yang sama dimasukkan dua kali atau indikator pertama merupakan kombinasi linear dari indikator lainnya. Akibatnya, PLS-SEM tidak dapat mengestimasi satu dari dua indikator tersebut. Jika hal ini terjadi, peneliti perlu untuk mengeliminasi indikator yang redundan.

Ketika mengukur tingkat kolnearitas, peneliti harus mengukur nilai tolerance, yaitu jumlah varian dari satu indikator yang tidak dijelaskan oleh indikator lain di blok yang sama. Selain tolerance, ukuran yang biasa digunakan untuk kolnearitas adalah variance inflation factor (VIF), di mana VIF berbanding terbalik dengan tolerance. Suatu indikator dianggap tidak memiliki masalah kolnearitas jika memiliki nilai tolerance lebih dari 0,20 atau nilai VIF di bawah 5 (Hair, Hult, & Sarstedt, 2014). Sementara itu, Chin (Chin, 1998) menjelaskan bahwa suatu indikator dianggap tidak memiliki masalah kolnearitas jika memiliki nilai VIF di bawah 10. Maka dari itu, pada penelitian ini nilai yang akan digunakan adalah di bawah 10.

2.14 Evaluasi Koefisien Jalur

Menurut Hair, Hult, Ringe, dan Sarstedt (2014), koefisien jalur merepresentasikan hipotesis hubungan antara konstruk, di mana setiap koefisien jalur memiliki nilai standar antara -1 dan +1. Nilai koefisien jalur yang mendekati 1 akan dianggap berpengaruh signifikan secara positif terhadap variabel endogen. Sementara nilai koefisien jalur yang mendekati -1 dianggap berpengaruh signifikan secara negatif terhadap variabel endogen. Sedangkan nilai yang mendekati 0 dianggap tidak berpengaruh secara signifikan.

Untuk menentukan apakah sebuah koefisien dapat dikatakan signifikan atau tidak bergantung kepada standard error yang didapat melalui bootstrapping. Dari proses bootstrapping ini nantinya akan didapat nilai t-statistics. Jika nilai t-statistics suatu jalur lebih besar dari nilai kritisnya, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien tersebut berpengaruh signifikan untuk tingkat signifikansi tertentu (Hair, Hult, & Sarstedt, 2014). Tingkat signifikansi yang biasa dipakai untuk two-tailed tests adalah 1,65 (tingkat signifikansi 10%), 1,96 (tingkat signifikansi 5%), dan 2,57 (tingkat signifikansi 1%). Sedangkan untuk one-tailed test adalah 1,282 (tingkat signifikansi 10%), 1,645 (tingkat signifikansi 5%), dan 2,326 (tingkat signifikansi 1%). Pada penelitian ini jenis tes yang akan digunakan adalah one-tailed test karena seluruh hipotesis sudah memiliki arah yang jelas yaitu satu variabel berdampak positif terhadap variabel lainnya.

2.15 Evaluasi Koefisien Determinasi (R²)

Pengukuran yang paling umum digunakan untuk mengukur structural model adalah koefisien determinasi (R²). Menurut Hair, Hult, Ringe, dan Sarstedt (2014), koefisien ini adalah ukuran dari akurasi model prediktif dan dihitung sebagai korelasi pangkat dua antara nilai aktual dan prediksi dari variabel endogen. Koefisien determinasi merupakan representasi dari seluruh pengaruh variabel eksogen laten terhadap variabel endogen laten. Menurut penelitian ilmiah yang fokus pada bidang pemasaran, nilai R² sebesar 0,75, 0,5 dan 0,25 dapat dikategorikan sebagai substansial, sedang, dan lemah.