

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Populasi dan sample penelitian**

##### **3.1.1 Populasi**

Populasi penelitian ialah keseluruhan dari objek penelitian yang akan diteliti (Hadi, 2009). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta yang menggunakan layanan OVO. Peneliti memilih subjek penelitian tersebut dikarenakan belum ada penelitian tentang faktor apa saja yang berpengaruh dalam minat penggunaan layanan OVO. Selanjutnya peneliti memilih layanan OVO dikarenakan layanan tersebut sudah banyak diterapkan oleh pengguna aktif untuk pembayaran *non-cash* di beberapa *merchant* yang bekerja sama dengan layanan OVO.

##### **3.1.2 Sampel**

Sampel merupakan bagian atau wakil populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasinya, diambil sebagai sumber data penelitian (Hadi, 2009). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang memiliki pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014). Peneliti menggunakan *purposive sampling* karena tidak semua sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta yang menggunakan layanan OVO sebanyak lebih dari 5 kali dan berusia 18-25 tahun. Untuk menentukan jumlah sampel yang layak dalam penelitian adalah jika dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau

regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali variabel yang diteliti (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini terdapat 6 variabel independen dan 1 variabel dependen, sehingga terdapat 7 variabel, maka perhitungan jumlah minimum sampel yang dibutuhkan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} N &= \text{jumlah variabel yang diteliti} \times 10 \\ &= 7 \times 10 \\ &= 70 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka didapatkan jumlah minimum sampel yaitu 70 sampel.

## **3.2. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data**

### **3.2.1 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer ialah data yang didapatkan langsung kepada pengguna data (Sugiyono, 2014). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Teknik kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data primer dari para responden.

### **3.2.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *Google Form*. Menurut Hadi (2009), kuesioner adalah set pertanyaan yang sudah disiapkan dan ditulis sebelumnya oleh peneliti, untuk di mintakan jawabannya dari responden. Kuesioner akan diajukan kepada responden yang berkaitan dengan pokok permasalahan. Peneliti akan menyebarkan kuesioner sebanyak-banyaknya. Kuesioner yang akan disebar akan terdiri dari dua bagian, yaitu:

1. Bagian pertama berisi pertanyaan mengenai data pribadi responden yang akan dijaga kerahasiaannya.
2. Bagian kedua berisi beberapa indikator untuk menguji variabel penelitian dengan skala Likert.

Model skala Likert merupakan skala penilaian untuk mengukur pendapat, persepsi, atau sikap seseorang atau sekelompok orang dengan memberikan rentang nilai. Peneliti menggunakan enam Skala Likert dikarenakan menghindari pilihan tengah yang cenderung netral atau memberikan tempat untuk responden ragu-ragu dalam memberi jawaban. Penyebaran dilakukan dengan cara disebarluaskan secara *online* melalui *Google Form* untuk menghimpun data faktual dalam rangka pengujian hipotesis agar diperoleh data primer, teknik yang dilakukan adalah dengan menggunakan teknik *snowball sampling* saat membagikan kuesioner. Teknik *snowball sampling* merupakan suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih, dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus (Neuman, 2003). Keseluruhan data yang diperoleh kemudian diolah, dianalisis, dan diambil kesimpulan.

### **3.3. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel**

#### **3.3.1 Variabel Dependen (Variabel Terikat)**

Variabel dependen penelitian ini adalah minat penggunaan layanan OVO. Minat penggunaan layanan OVO diartikan sebagai tingkat keinginan untuk menggunakan layanan OVO dengan asumsi individu memiliki akses terhadap informasi tersebut. Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian Venkatesh et al., (2012); Davis, (1989); Belanger & Carter (2008) dan Akour (2010). Skala

pengukuran yang digunakan untuk setiap nilai pertanyaan ini dengan menggunakan skala Likert dengan poin skala 1 sampai dengan skala 6 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Item	Minat Penggunaan Layanan OVO	Sumber
BI1	Saya berniat untuk tetap menggunakan layanan OVO di masa yang akan datang	Venkatesh et al., (2012)
BI2	Saya akan selalu berusaha menggunakan layanan OVO di keseharian saya	
BI3	Saya akan menghubungkan akun bank saya dengan layanan OVO	Belanger & Carter (2008)
BI4	Saya akan mengajak orang lain untuk menggunakan layanan OVO	Akour (2010)
BI5	Menurut saya, layanan OVO layak untuk digunakan	Belanger & Carter (2008)

### 3.3.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen penelitian ini terdiri dari:

#### 1. Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial dapat diartikan sebagai kondisi lingkungan sekitar individu yang mendorong atau memotivasi untuk menggunakan layanan OVO seperti pengaruh dari keluarga atau teman dan pendapat atau saran dari teman untuk menggunakan layanan OVO. Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian Venkatesh et al., (2012); Leong et al., (2013); Urumsah et al., (2011). Skala pengukuran yang digunakan untuk setiap nilai pertanyaan ini dengan menggunakan skala Likert dengan poin skala 1 sampai dengan skala 6 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

No	Pengaruh Sosial	Sumber
SI1	Teman-teman atau rekan-rekan saya menganjurkan saya untuk menggunakan layanan OVO	Leong et al., (2013)
SI2	Teman-teman atau rekan-rekan saya bisa membantu saya untuk menggunakan layanan OVO	
SI3	Keluarga saya menganjurkan saya menggunakan layanan OVO	Venkatesh et al., (2012)
SI4	Saya menggunakan layanan OVO setelah melihat orang lain menggunakannya	Urumsah et al., (2011)
SI5	Lingkungan saya yang mendorong untuk menggunakan layanan OVO	Leong et al., (2013)
SI6	Pekerjaan saya menuntut saya untuk menggunakan layanan OVO	

## 2. Motivasi Hedonis

Motivasi hedonis dalam penelitian ini adalah tingkat kesenangan atau kenyamanan individu dalam menggunakan layanan OVO. Instrumen penelitian ini diambil dari Venkatesh et al., (2012); Yang , (2013); dan Teo & Noyes, (2014). Skala pengukuran yang digunakan untuk setiap nilai pertanyaan ini dengan menggunakan skala Likert dengan poin skala 1 sampai dengan skala 6 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

No	Motivasi Hedonis	Sumber
HM1	Saya merasa menggunakan layanan OVO sangat menyenangkan (fun)	Venkatesh et al., (2012)
HM2	Saya merasa menggunakan layanan OVO sangat menghibur	
HM3	Saya merasa menggunakan layanan OVO memberikan kepuasan	Yang (2013)
HM4	Saya merasa menggunakan layanan OVO sangat menyenangkan (exciting)	

No	Motivasi Hedonis	Sumber
HM5	Saya merasa menggunakan layanan OVO sangat menarik	Teo & Noyes (2014)

### 3. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu layanan OVO akan meningkatkan kinerjanya. Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian Phonthanukitithaworn et al., (2016). Skala pengukuran yang digunakan untuk setiap nilai pertanyaan ini dengan menggunakan skala Likert dengan poin skala 1 sampai dengan skala 6 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

No	Persepsi Manfaat	Sumber
PU1	Saya percaya bahwa menggunakan layanan OVO akan memungkinkan saya untuk membayar lebih cepat	Phonthanukitithaworn et al., (2016)
PU2	Saya percaya bahwa menggunakan layanan OVO akan meningkatkan efektivitas pembayaran saya (misal: menggunakan layanan OVO akan memungkinkan saya melakukan transaksi pembayaran kapan pun saya mau)	
PU3	Saya percaya bahwa menggunakan layanan OVO akan memudahkan saya melakukan transaksi pembayaran	

### 4. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan layanan OVO akan bebas dari usaha. Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian Phonthanukitithaworn et al., (2016). Skala pengukuran

yang digunakan untuk setiap nilai pertanyaan ini dengan menggunakan skala Likert dengan poin skala 1 sampai dengan skala 6 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

No	Persepsi kemudahan	Sumber
PEU1	Saya percaya bahwa layanan OVO mudah digunakan	Phonthanukitithaworn et al., (2016)
PEU2	Saya percaya bahwa saya akan mudah menemukan cara menggunakan layanan OVO	

#### 5. Kepercayaan

Kepercayaan ialah tingkat keyakinan individu rasa keamanan seorang individu dalam menggunakan layanan OVO. Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian Gefen et al., (2003) dan Urumsah et al., (2011). Skala pengukuran yang digunakan untuk setiap nilai pertanyaan ini dengan menggunakan skala Likert dengan poin skala 1 sampai dengan skala 6 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

No	Kepercayaan	Sumber
TR1	Saya percaya layanan OVO aman untuk digunakan	Gefen et al., (2003)
TR2	Saya percaya layanan OVO memberikan jasa pelayanan sesuai yang mereka janjikan	
TR3	Informasi yang disediakan layanan OVO dapat dipercaya	Urumsah et al., (2011)
TR4	Sistem keamanan layanan OVO dapat menjaga data konsumen dengan baik	Gefen et al., (2003)
TR5	Layanan OVO memiliki reputasi kejujuran yang baik dan dapat dipercaya	

## 6. Persepsi Keamanan Teknologi

Persepsi keamanan teknologi ialah tingkat rasa keamanan seorang individu dalam menggunakan layanan OVO. Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian Cheng et al., (2006). Skala pengukuran yang digunakan untuk setiap nilai pertanyaan ini dengan menggunakan skala Likert dengan poin skala 1 sampai dengan skala 6 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

No	Persepsi Keamanan Teknologi	Sumber
PTS1	Saya merasa aman mengirimkan informasi pribadi saya di layanan OVO	Cheng et al., (2006)
PTS2	Saya merasa aman menyediakan informasi pribadi saya kepada layanan OVO	
PTS3	Menurut saya, layanan OVO adalah tempat yang aman untuk mengirimkan informasi pribadi saya	

Indikator diukur dengan menggunakan skala Likert satu sampai enam, yaitu:

- Angka 1 = Sangat Tidak Setuju
- Angka 2 = Tidak Setuju
- Angka 3 = Agak Tidak Setuju
- Angka 4 = Agak Setuju
- Angka 5 = Setuju
- Angka 6 = Sangat Setuju

### 3.3.3 Variabel *Moderating*

Variabel moderasi mempunyai pengaruh memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2012)



variabel moderasi digunakan karena diduga terdapat variabel lain yang mempengaruhi hubungan antara pengaruh sosial, motivasi hedonis, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan, dan persepsi keamanan teknologi dengan minat penggunaan layanan OVO.

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel moderator yaitu jenis kelamin (*gender*). Gender dalam penelitian ini didefinisikan sebagai jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan yang menggunakan layanan OVO.

### **3.4. Metode Analisis Data**

#### **3.4.1 Alat Analisis Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner *online* yang disebar kepada responden sesuai dengan kriteria penelitian. Data-data tersebut selanjutnya akan dianalisis dengan analisis deskriptif. Metode deskriptif ialah metode analisis untuk menganalisis hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang luas (Sugiyono, 2014). Metode ini dilakukan untuk memastikan dan menggambarkan karakteristik variabel dalam sebuah situasi (Sekaran, 2003) dan karakteristik responden dalam penelitian. Sementara untuk pengujian hipotesis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat ukur *Partial Least Square* (PLS). Menurut World dalam buku Ghozali (2014), PLS merupakan alat analisis yang *powerful* dan *soft modeling* karena meniadakan asumsi OLS (*Ordinary Least Squares*) regresi yang terdiri dari data tidak perlu terdistribusi normal dan data yang dibutuhkan relatif kecil (Ghozali, 2014). Pengujian SEM menggunakan PLS bertujuan untuk menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan melihat apakah ada hubungan atau pengaruh antar

konstruk. Selain itu, pengujian juga tidak memerlukan dasar teori yang kuat, mengabaikan banyak asumsi, dan ketepatan model prediksi dilihat dari nilai determinasi (Ghozali, 2014). Analisis PLS-SEM melalui dua tahap, yaitu:

1. Model pengukuran (*Outer Model*): mengukur apakah *observed variable* merepresentasi variabel laten untuk diukur.
2. Model *structural* (*Inner Model*): mengukur kekuatan estimasi antar variabel laten.

### **3.4.2 Model Pengukuran (*Outer Model*)**

#### **3.4.2.1 Uji Validitas**

Validitas merupakan suatu ketepatan alat ukur untuk mencapai sebuah sasaran. Menurut Azwar (2011), validitas adalah ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Suatu pengukuran dikatakan valid apabila alat ukur tersebut memberikan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan dilakukannya pengukuran. Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat ketepatan setiap indikator atau item pertanyaan dalam mengukur variabel pengaruh sosial, motivasi hedonis, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan, dan persepsi keamanan teknologi. Penelitian ini menggunakan pendekatan PLS karena PLS lebih sering digunakan dan tidak harus ada pembebanan sampel dan distribusinya bebas. Skala validitas menurut (Hair et al., 2011) terbagi menjadi dua, yaitu analisis validasi konvergen dan analisis validasi diskriminan. Kriteria dari setiap analisis tersebut sebagai berikut:

1. Validasi Konvergen: *Average Variance Extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0.50 dan nilai *outer loading* di atas 0.70.

2. Validasi Diskriminan: menggunakan rujukan dari Fornell-Larcker, nilai akar AVE setiap variabel harus lebih tinggi dari nilai korelasi antar variabel dan *loading* setiap indikator harus lebih tinggi dari semua *cross loading*.

#### 3.4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui keandalan kuesioner penelitian, kuesioner dikatakan andal apabila kuesioner ini diujicobakan berulang-ulang kepada sekelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama juga. Menurut (Sugiyono, 2014) pengujian reliabilitas diperlukan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih menggunakan alat ukur yang sama. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* (Hair et al., 2011) dan *Cronbach alpha* (Ghozali, 2014) dari setiap indikator variabel di atas 0.70.

#### 3.4.3 Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural bertujuan untuk mengetahui akibat dari setiap variabel laten. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *R-square* untuk setiap variabel sebagai patokan kekuatan dari model penelitian. Untuk menganalisis pengaruh antar variabel dilakukan dengan proses *bootstrapping* yang kemudian akan menghasilkan nilai signifikansi antar variabel laten. Menurut Chin (2003;2010) dalam buku (Ghozali, 2014), mengatakan bahwa *number of bootstrap samples* cukup sebesar 200-1000 untuk mengoreksi *error* pada PLS. Penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan 95% (signifikansi level = 5%, *two tails*) dengan t-tabel 1,96. Maka hipotesis diterima apabila nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel.