

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah meliputi seluruh mahasiswa di Yogyakarta yang menggunakan *e-Money*. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah menggunakan *e-Money*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Alasan peneliti menggunakan metode ini adalah karena setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih ada terambil. Pada penelitian ini karena tergolong jumlah populasi yang besar maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 200 responden.

#### **3.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei yang digunakan adalah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dalam bentuk daftar pertanyaan yang disusun secara tertulis pada media *Google Form* dan disebarakan secara *online*. Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data yang berupa jawaban dari responden. Data kuesioner terdiri dari profil responden, beberapa bagian pertanyaan, masing-masing bagian terdapat beberapa item pertanyaan.

Penyebaran kuisioner pada sample yang telah ditentukan yaitu berupa data mentah yang diukur dengan menggunakan skala Likert 1 sampai 6, yaitu : (1) untuk Sangat Tidak Setuju (STS), (2) untuk Tidak Setuju (TS), (3) untuk Agak Tidak Setuju (ATS), (4) untuk Agak Setuju (AS), (5) untuk Setuju (S), dan (6) untuk Sangat Setuju (SS).

Rentang nilai skala Likert yang digunakan bertujuan untuk menghindari sikap responden yang menjawab pertanyaan pada pilihan netral atau ragu-ragu yang diberikan responden mengenai persepsi kemudahan, manfaat, resiko, dan keamanan terhadap minat seseorang menggunakan *e-Money*.

### **3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

Dalam penelitian ini terdapat 4 (empat) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan, manfaat, resiko, dan keamanan. Variabel dependen adalah minat penggunaan *e-Money*.

#### **3.3.1 Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu variabel dependen, dan variabel independen. Penjelasan masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen (X)

Variabel Independen adalah merupakan variabel yang mempunyai atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel independen (terikat)

(Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini variabel independen adalah persepsi kemudahan, manfaat, resiko, dan keamanan.

## 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah minat penggunaan *e-Money*.

### 3.3.2 Definisi Operasional Variabel

#### 3.3.2.1 Persepsi Kemudahan

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai keyakinan akan kemudahan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan. Persepsi kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi *online* berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit.

Tabel 3.1

Item-Item Pengukuran Variabel Persepsi Kemudahan

Persepsi Kemudahan (X1)	Indikator	Sumber
	<i>E-Money</i> mudah untuk dipelajari	Ramadhan, et al (2016)
	<i>E-Money</i> mudah untuk digunakan	
	<i>E-Money</i> jelas dan mudah dimengerti	

### 3.3.2.2 Persepsi Manfaat

Davis (1989) mendefinisikan Persepsi Manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

Tabel 3.2

#### Item-Item Pengukuran Variabel Persepsi Manfaat

	Indikator	Sumber
Persepsi Manfaat (X2)	Pekerjaan menjadi lebih cepat	Priambodo & Prabawani (2015)
	Menghasilkan prestasi kerja	
	Meningkatkan produktifitas	
	Efektif	
	Membuat pekerjaan menjadi lebih mudah	
	Bermanfaat	

### 3.3.2.3 Persepsi Risiko

Persepsi risiko ialah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan kegiatan (Dowling dan Stealin, 1994). Menurut Featherman dan Pavlou (2002) Persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan.

**Tabel 3.3 Item-Item Pengukuran Variabel Persepsi Resiko**

Persepsi Resiko (X3)	Indikator	Sumber
	Berupa adanya risiko tertentu	Priambodo & Prabawani (2015)
	Mengalami kerugian	
Pemikiran bahwa berisiko		

#### 3.3.2.4 Keamanan

Park dan Kim (2006) mendefinisikan keamanan sebagai kemampuan toko *online* dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Lebih lanjut Park dan Kim (2006) mengatakan bahwa jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman.

**Tabel 3.4 Item-Item Pengukuran Variabel Keamanan**

Keamanan (X4)	Indikator	Sumber
	Tidak khawatir memberikan informasi pribadi	Ramadhan <i>et al</i> , 2016
	Kepercayaan bahwa informasi dilindungi	
Kepercayaan bahwa keamanan uang yang ada di dalam <i>e-money</i> terjamin pada saat transaksi		

#### 3.3.2.5 Minat Penggunaan

Minat perilaku (*behavioral intention to use*) adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu kegiatan. Minat tersebut muncul akibat adanya keinginan, kesukaan dalam melakukan kegiatan tersebut dan memberikan sesuatu hal positif yang menyenangkan (Davis, 1989).

**Tabel 3.5 Item-Item Pengukuran Variabel Minat**

	<b>Indikator</b>	<b>Sumber</b>
<b>Minat (Y)</b>	Keinginan untuk menggunakan	Priambodo & Prabawani (2015)
	Selalu mencoba menggunakan	
	Berlanjut dimasa yang akan datang	

### **3.4 Metode Analisis Data**

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

Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) versi 3.0. *Partial Least Square* (PLS) merupakan salah satu teknik dari *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis *variance* (Hair, et al., 2013). Sebagaimana besar model struktural yang menggunakan efek mediasi menggunakan analisis PLS-SEM (Hair, et al., 2013). Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis data statistik dari PLS-SEM dengan dua tahap yaitu model menggunakan *outer model* dan model struktural *inner model*. Penggunaan PLS dikarenakan belum adanya penelitian menggunakan analisis PLS-SEM pada penelitian sebelumnya dengan variabel penelitian yang serupa.

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

##### **3.4.2.1 Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2016) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Skala validitas menurut Hair, et al (2013) terbagi menjadi dua, yaitu analisis validasi konvergen dan analisis validasi diskriminan. Kriteria dari setiap analisis tersebut menurut 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 : Mengacu dari hasil Fornell-Lacker, nilai akar AVE setiap variabel harus lebih tinggi dari nilai korelasi antar variabel dan *loading factor* setiap indikator harus lebih tinggi dari semua *cross loading*.

#### 3.4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui keandalan kuesioner penelitian. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui akurasi dan konsistensi pengukurnya pada variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpha*  $> 0,6$  (Ghozali & Latan, 2015). Selain itu reliabilitas kuesioner dapat ditunjukkan dengan nilai *composite reliability*  $> 0,7$  (Ghozali, 2014).

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

Menurut Yamin dan Kurniawan (2009) *Inner model* digunakan untuk menguji signifikansi parameter yang dirumuskan dalam hipotesis. Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai R-square yang merupakan uji *goodness-fit model*. Ukuran signifikansi pengaruh antarvariabel yaitu dengan melihat perbandingan nilai t-statistik dan t-tabel. Jika nilai t-statistik  $>$  t-tabel, maka hasilnya signifikan. Dalam menentukan uji t, cara yang dilakukan adalah dengan menghitung DF dengan rumus sebagai berikut :

$$Df = n - k$$

Keterangan:

Df = derajat kebebasan

k = jumlah variabel (bebas dan terikat)

n = jumlah observasi/sampel pembentuk regresi

Namun adanya PLS dapat menampilkan *p-value*. *P-value* digunakan untuk keputusan uji statistik dengan membandingkan *p-value* dengan *alpha* ( $\alpha$ ). Dalam penelitian ini  $\alpha$  yang digunakan adalah sebesar 5% atau tingkat kepercayaan 95%. Nilai  $\alpha = 5\%$  merupakan tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi dengan tidak boleh melebihi 0,05 atau 5%. Berikut dasar pengambilan keputusan dalam penelitian ini:

1. *P-value* > nilai  $\alpha$ , maka hasilnya tidak signifikan
2. *P-value*  $\leq$  nilai  $\alpha$ , maka hasilnya signifikan

#### 3.4.3.1 Uji *Goodness of Fit* (GoF)

Menurut Ghozali (2011) Uji keselarasan (*Goodness of Fit*) adalah untuk menguji seberapa tepatkah frekuensi yang teramati cocok atau sesuai dengan frekuensi yang diharapkan. Untuk uji keselarasan terdapat dua hal yang penting yaitu frekuensi yang diharapkan sama dan frekuensi yang diharapkan tidak sama.

Dengan memperhatikan output dari uji *goodness of fit* dengan hipotesis :

$H_0$  = tidak ada perbedaan antara nilai atau frekuensi observasi atau teramati dengan frekuensi harapan.

$H_A$  = ada perbedaan antara nilai atau frekuensi teramati dengan frekuensi yang diharapkan.

Dengan pengambilan keputusan yaitu jika probabilitas  $> 0,05$   $H_0$  diterima dan jika probabilitas  $< 0,05$   $H_0$  ditolak.

### 3.4.3.2 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji Parsial (Uji t). Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk melakukan pengujian untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Peneliti menggunakan  $\alpha = 5\%$ . Langkah-langkah yang di tempuh dalam pengujian ini adalah (Ghozali, 2013):

1. Menyusun hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ).
  - $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = 0$ , diduga variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
  - $H_1 : \beta_1 \neq 0$ , diduga variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Menetapkan kriteria pengujian yaitu:
  - a. Tolak  $H_0$  jika angka signifikansi lebih kecil dari  $\alpha = 5\%$
  - b. Terima  $H_0$  jika angka signifikansi lebih besar dari  $\alpha = 5\%$