

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Doku adalah perusahaan penyedia layanan pembayaran elektronik dan manajemen resiko pertama di Indonesia yang berdiri pada tahun 2007 dengan nama sebelumnya adalah PT. Nusa Satu Inti Artha yang melakukan menjadi Doku pada tahun 2010. “Kami bertekad untuk berperan dalam evolusi ekonomi digital di Indonesia,” kata Doku. Dengan penemuan tak terbatas dan dedikasi tingkat tinggi. Kami bekerja keras untuk mempertahankan posisi kami sebagai perusahaan teknologi pembayaran terkemuka dan dapat diandalkan.



Gambar 3.1 Logo Doku
Sumber : Doku.com

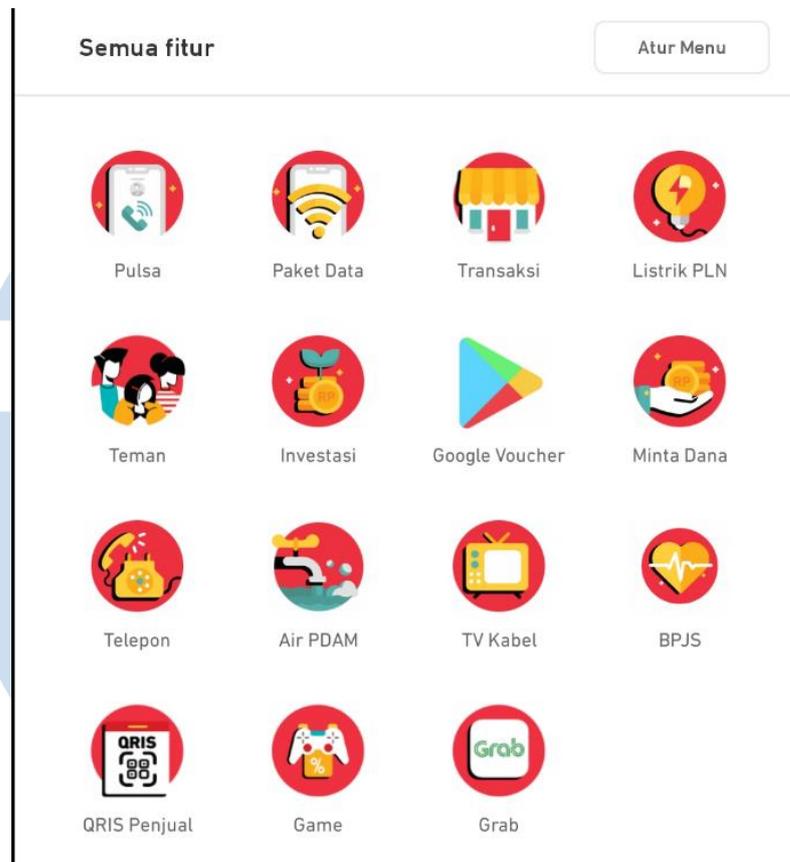
Doku, penyedia layanan pembayaran elektronik dan manajemen risiko pertama di Indonesia, mendapatkan lisensi uang elektronik dari Bank Indonesia pada tahun 2012, dan Doku e-Wallet ditawarkan sebagai opsi pembayaran baru di ekosistem Doku pada tahun 2013. Doku kemudian mendapatkan lisensi dompet elektronik dari Bank Indonesia pada tahun 2017. Doku e-Wallet adalah dompet digital yang memungkinkan siapa saja untuk menyimpan uang dan melakukan pembayaran online dan offline yang aman kapan saja dan dari lokasi mana pun.



Gambar 3.2 Logo Doku Wallet
Sumber : Doku.com

Doku e-Wallet hadir sebagai hasil dari evolusi transaksi online, serta konsumen yang telah mengubah kebiasaan pembayaran mereka untuk mempromosikan gaya hidup tanpa uang tunai di Indonesia. Pengguna dapat menggunakan Doku e-Wallet untuk mengakses layanan keuangan dari perangkat iOS dan Android mereka tanpa harus memiliki rekening bank. Fitur-fitur yang dimiliki oleh Doku adalah dompet digital yang aman dengan menggunakan password dan pin beserta dengan laporan transaksi secara *real time* dan online serta terdapat fitur untuk investasi pada dompet digital Doku. Berikut adalah fitur pembayaran yang tersedia pada gambar 3.3.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.3 Fitur Doku

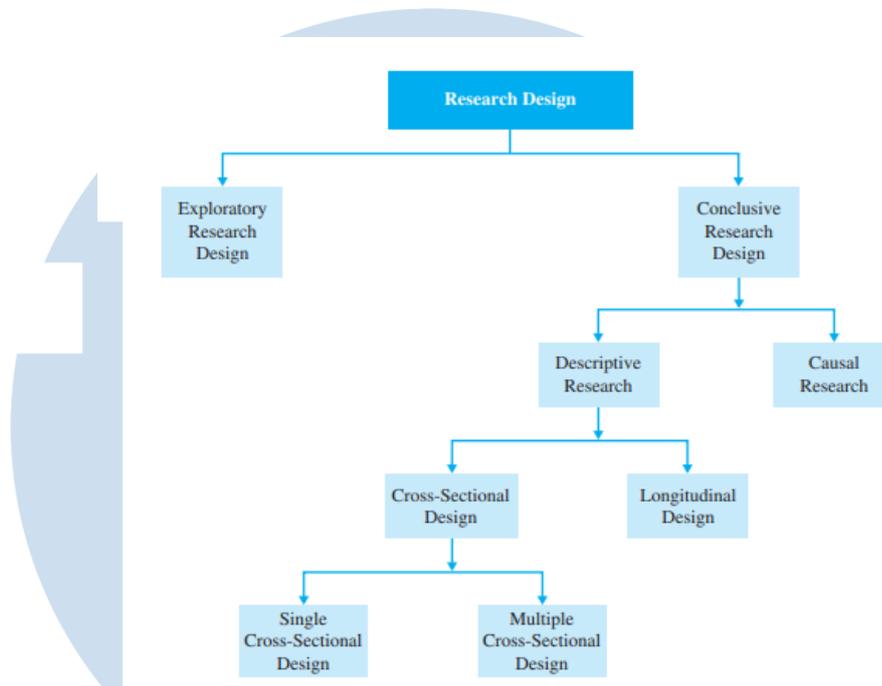
Sumber : Doku, 2022

3.2 Desain Penelitian

Teknik mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk menetapkan atau menjawab masalah *research marketing* dirinci dalam desain penelitian, yang merupakan kerangka kerja untuk melaksanakan studi riset pemasaran. Proyek riset pemasaran akan berjalan efektif dan efisien jika desain penelitiannya bagus (Malhotra, 2020).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.2.1 Jenis Penelitian



Gambar 3.4 Klasifikasi Desain Penelitian
Sumber : Malhotra (2020)

Menurut Malhotra (2020), desain penelitian terbagi menjadi dua yang dapat dilihat pada gambar 3.4 yaitu *Exploratory Research* dan *Conclusive Research*. Perbedaan dari kedua desain penelitian ini terdapat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Perbedaan *Exploratory & Conclusive Research*

	<i>Exploratory</i>	<i>Conclusive</i>
Tujuan	Untuk memberikan pengetahuan terkait masalah atau fenomena yang sedang terjadi	Untuk menguji berbagai hipotesis dan melihat hubungan di antara mereka
Karakteristik	Informasi yang dibutuhkan ditentukan secara bebas	Informasi yang diperlukan dapat ditentukan dengan
	Proses penelitian fleksibel dan tidak terstruktur	Prosedur penelitian terstruktur dan formal.
	Ukuran sampel kecil dan tidak representatif	Ukuran sampel besar dan representatif

	Analisa menggunakan teknik kualitatif	Analisa menggunakan teknik kuantitatif.
Temuan	<i>Tentative</i>	<i>Conclusive</i>
Hasil	Temuan yang didapat biasanya diikuti oleh eksplorasi lebih lanjut atau penelitian konklusif.	Temuan didapat digunakan sebagai masukan dalam pengambilan keputusan

Sumber : Malhotra (2020)

Exploratory research adalah desain penelitian yang bertujuan untuk mengeksplorasi atau mencari melalui suatu masalah atau situasi untuk memberikan wawasan dan pemahaman (Malhotra, 2020). Sedangkan *Conclusive research* adalah suatu bentuk penelitian yang menguji hipotesis dan menentukan ada tidaknya hubungan antar hipotesis (Malhotra, 2020). Menurut Malhotra (2020), *Conclusive research* dapat dibagi menjadi 2 jenis yaitu:

a. *Causal Research* (Penelitian Kausal)

Penelitian Kausal merupakan bentuk penelitian yang berusaha membuktikan adanya hubungan sebab akibat (kausal). Metode penelitian eksperimen dilakukan dalam Penelitian kausal (*Causal Research*). (Malhotra, 2020).

b. *Descriptive Research* (Penelitian Deskriptif)

Penelitian Deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang berusaha menjelaskan fitur dan fungsi pasar. Survey, observasi, panel, secondary data dan data lainnya digunakan dalam *Descriptive Research* (Malhotra, 2020). *Longitudinal Design* dan *Cross-Sectional Design* adalah dua jenis *Descriptive Research*. *Longitudinal Design* menurut Malhotra (2020), adalah jenis penelitian dimana sampel tetap dari elemen populasi diukur berulang kali. Sedangkan *Cross-Sectional Design* adalah gaya penelitian yang mengumpulkan data dari informasi sampel hanya sekali. *Cross-Sectional Design* terbagi menjadi dua yaitu data dikumpulkan hanya sekali dari satu kelompok responden (*single cross-sectional design*)

dan data yang dikumpulkan dari dua atau lebih kelompok responden yang berbeda (*multiple cross-sectional design*) (Malhotra,2020).

Karena penelitian ini bertujuan untuk menemukan hubungan antara *culture, perceived security, performance expectancy, effort expectancy*, dan *social influence* terhadap *intention to use*, maka penelitian ini menggunakan *Conclusive research* dengan jenis *Descriptive Research*. Metode dalam penelitian ini adalah melakukan survey dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden berdasarkan criteria responden dan batasan masalah. *Single Cross-Sectional Design* digunakan pada penelitian dikarenakan data diperoleh hanya satu kali pada kelompok sampel.

3.2.2 Research Data

Primary Data dan *Secondary Data* merupakan jenis research data yang dapat diterapkan dalam penelitian Menurut Malhotra (2020):

1. *Primary Data*

Primary data merupakan Data diperoleh langsung yang berkaitan dengan objek penelitian dengan maksud memecahkan permasalahan penelitian. *Primary data* membutuhkan waktu yang lebih lama dan biaya yang lebih mahal dari pada *secondary data* (Malhotra,2020).

2. *Secondary Data*

Secondary data merupakan informasi yang didapatkan untuk beberapa maksud selain permasalahan penelitian yang dihadapi. Data sekunder berisi informasi dari sumber pribadi dan public, studi terdahulu, riset pemasaran komersial dan database elektronik.

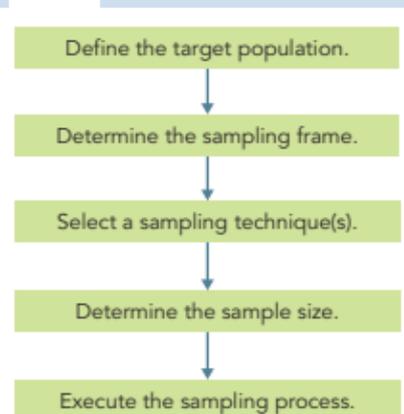
Secondary data membutuhkan waktu lebih kecil dan biaya yang lebih murah daripada *primary data* (Malhotra,2020).

Penelitian ini menggunakan kuisisioner untuk mengumpulkan *primary data* dari responen yang memenuhi criteria untuk peneitian, Dalam kuisisioner tersebut, responden akan diminta untuk menjawab pernyataan dengan

menggunakan skala likert 1-7. Sedangkan *secondary data* digunakan sebagai sumber informasi tambahan, seperti artikel, website, jurnal, data perusahaan, buku dan jurnal.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

Sampling design process menurut Malhotra (2020), memiliki 5 tahap yaitu: mengidentifikasi target populasi, memilih kerangka sampling pada penelitian, memastikan sampling technique, menentukan ukuran sampel, dan melaksanakan proses sampling. Urutan kelima tahap tersebut digambarkan pada gambar 3.5 dibawah.



Gambar 3.5 *Sampling Design Process*
Sumber : Malhotra (2020).

3.3.1 Target Populasi & *Sampling Unit*

Target populasi diartikan sebagai objek atau kumpulan elemen yang mempunyai informasi yang dicari oleh peneliti dan kesimpulan yang akan dihasilkan pada suatu penelitian (Malhotra, 2020). Sedangkan *Sampling unit* adalah unit yang ada dan dipilih selama tahap pengumpulan sampel pada penelitian (Malhotra, 2020).

Target populasi yang peneliti tentukan adalah mereka yang mengenal dan pernah menggunakan dompet digital Doku, namun dompet digital Doku tetapi tidak menggunakannya sebagai dompet digital utama mereka.

Sedangkan *sampling unit* pada penelitian ini adalah seseorang yang berusia 17 tahun keatas, yang mengetahui serta pernah menggunakan dompet digital Doku sebagai opsi pembayaran, namun dompet digital Doku bukanlah dompet digital utama untuk digunakan ketika melakukan transaksi pembayaran. Seperti penelitian dari Ozturk et al., (2017), dimana pada penelitian tersebut dilakukan kepada mahasiswa yang pernah menggunakan NFC-MP ketika di restoran. Serta pada penelitian Kim et al., (2010) yang dimana pada penelitian ini menargetkan orang yang telah memiliki pengalaman dalam menggunakan *mobile payment* agar dapat memastikan bahwa pengujian diukur berdasarkan pada pengalaman perilaku langsung terhadap objek penelitian.

3.3.2 Sampling Frame

Sampling frame adalah representasi dari elemen target populasi, yang terdiri dari daftar atau serangkaian petunjuk untuk mengidentifikasi target populasi (Malhotra, 2020). Pada penelitian ini Tidak ada *sampling frame* dalam penelitian ini karena data populasi yang dapat dijadikan responden tidak dimiliki oleh penulis.

3.3.3 Sampling Technique

Malhotra (2020), membagi *sampling technique* menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

1. Probability Sampling

Probability sampling adalah metode pengambilan sampel dimana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Malhotra, 2020). Menurut Malhotra (2020), *probability sampling* diklasifikasikan menjadi 4 teknik yaitu:

a. Simple Random Sampling

Teknik pengambilan sampel yang setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel, tetapi sampel yang dipilih akan dipilih secara acak (Malhotra, 2020).

b. Systematic Sampling

Metode pengambilan sampel dimana elemen pertama dalam daftar akan dipilih secara acak, setelah itu setiap elemen yang ada pada daftar akan dipilih dengan beraturan. (Malhotra, 2020).

c. Stratified Sampling

Metode pengambilan yang dilakukan dengan menggunakan dua tahap yaitu tahap pertama populasi dikategorikan menjadi strata, kemudian tahap selanjutnya akan dipilih acak dari kelas tersebut (Malhotra, 2020).

d. Cluster Sampling

Metode pengambilan sampel dimana target akan dibagi kedalam beberapa kluster tertentu, kemudian dipilih acak dari dalam setiap kluster (Malhotra, 2020).

2. Nonprobability Sampling

Nonprobability sampling menurut Malhotra (2020), adalah teknik pengambilan sampel tanpa melalui prosedur pemilihan tetapi lebih mengandalkan kenyamanan dan penilaian pribadi dari peneliti. Menurut Malhotra (2020), *nonprobability sampling* diklasifikasikan menjadi 4 teknik yaitu:

a. Convenience Sampling

Teknik pengambilan paling mudah, dikarenakan pemilihan sampling unit diberikan kepada pewawancara, dan partisipan sering ditunjuk karena kebetulan sedang di tempat dan waktu yang tepat (Malhotra, 2020).

b. Judgemental Sampling

Teknik pengambilan sampel yang dimana elemen populasi ditentukan berdasarkan penilaian peneliti tentang criteria sampel (Malhotra, 2020).

c. Quota Sampling

Teknik pengambilan sampel dengan dua langkah yaitu memilih karakteristik yang spesifik dan menghitung kuota untuk setiap kepribadian, kemudian memilih sampel dengan menggunakan teknik convenience atau judgemental (Malhotra, 2020).

d. Snowball Sampling

Teknik pengambilan dengan kelompok awal yang telah dipilih secara acak dan akan diminta untuk mengenalkan responden selanjutnya yang sesuai dengan informasi atau karakteristik yang sesuai dengan target populasi peneliti (Malhotra,2020).

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *nonprobability sampling technique*, dimana persyaratan dinilai dan criteria digunakan untuk memilih peserta. *Judgemental sampling* digunakan sebagai Teknik *nonprobability sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan criteria atau screening yang telah ditentukan. Kriteria responden pada penelitian ini adalah seseorang yang berusia 17 tahun keatas, yang mengetahui serta pernah menggunakan dompet digital Doku sebagai opsi pembayaran, namun dompet digital Doku bukanlah dompet digital utama untuk digunakan ketika melakukan transaksi pembayaran.

3.3.4 Sample Size

Sample size adalah banyaknya elemen yang akan dimasukkan dalam penelitian (Malhotra, 2020). Menurut Hair et al. (2019), menjelaskan bahwa umumnya peneliti tidak akan menganalisa sampel yang kurang dari 50, lebih baik ukuran sampel seharusnya adalah 100 atau lebih. Dalam Hair et al. (2019), menjelaskan bahwa aturan umum dalam menentukan jumlah sampel

minimum adalah paling tidak lima kali lebih banyak dari pada jumlah indikator dari variable yang dianalisa atau $(n \times 5)$. Dalam penelitian ini, penulis menentukan *sample size* dengan menggunakan cara $(n \times 5)$ dimana n sebagai jumlah indikator variabel. Jumlah indicator variabel penelitian adalah 18, sehingga minimum sampel dibutuhkan oleh penelitian adalah 90 partisipan ditemukan dari (18×5) .

3.4 Prosedur Penelitian

3.4.1 Periode Penelitian

Penelitian dilakukan sejak bulan Februari hingga Juni 2022. Dengan tahapan sebagai berikut:

1. Menentukan objek penelitian terlebih dahulu
2. Mencari fenomena masalah dan membangun latar belakang
3. Meringkas temuan penelitian sebelumnya
4. Menerima dan memproses data
5. Membuat kesimpulan dan saran.

3.4.2 Pengumpulan Data

Berikut ini adalah prosedur-prosedur yang penulis lakukan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan antara lain:

1. Mencari dan menganalisis sumber data sekunder yang ditemukan, seperti artikel, jurnal, data perusahaan, website, dan buku ilmiah.
2. Membuat model penelitian dan merancang hipotesis penelitian.
3. Menentukan jurnal yang akan dijadikan sumber utama untuk membuat indicator dari variabel kuisisioner penelitian.
4. Menyusun kuisisioner yang terdiri dari pertanyaan screening dan profiling serta menyusun indicator pertanyaan dengan kata-kata yang mudah dimengerti oleh responden dan sesuai dengan objek penelitian yang diukur.

5. Melakukan penyebaran kuisisioner ke minimal 30 partisipan yang sesuai dengan *screening* untuk selanjutnya melakukan *pre-test*.
6. *Pre-test* dilakukan menggunakan software SPSS versi 25 dengan menguji validitas dan reliabilitas
7. Kuisisioner akan lanjut disebarkan jika *Pre-test* memiliki hasil valid dan reliable
8. Melakukan Penyebaran kuisisioner dengan menggunakan google form <https://forms.gle/z3MUuCS8papB5tzb7>
9. Data partisipan yang telah didapatkan kemudian akan dilakukan olah data menggunakan IBM SPSS versi 25 untuk menguji reliabilitas, validitas, uji hipotesis dan uji model.

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Independen

Variabel independen menurut Zikmund et al. (2009). merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen menggunakan beberapa cara Variabel independen menurut Malhotra (2020), merupakan variabel yang bisa diganti oleh peneliti yang pengaruhnya bisa diukur dan dibandingkan.. *Culture, perceived security, performance expectancy, effort expectancy, dan social influence* merupakan variabel independen.

3.5.2 Variabel Dependen

Menurut Zikmund et al. (2009), Variabel dependen adalah salah satu yang diprediksi oleh variabel lain. Variabel dependen adalah variabel yang mengukur pengaruh unit tes terhadap variabel independen (Malhotra, 2020). *Intention to Use* merupakan variabel dependen dalam penelitian ini.

3.6 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.2 Tabel Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber Indikator	Skala
1	<i>Culture</i>	<i>Culture</i> didefinisikan sebagai budaya seperti tingkat pengetahuan dan pengalaman dalam menjalankan suatu teknologi yang menjadi faktor yang penting dalam menerapkan teknologi baru. (Karimov, 2011).	Menurut saya akses internet untuk melakukan transaksi dengan dompet digital sudah memadai Menurut saya, penggunaan dompet digital di Indonesia sudah biasa dilakukan Menurut saya, tingkat pengetahuan saya terkait dompet digital sudah cukup	Junaidi & Sfenrianto (2015) mengadopsi dari (Keramati et al., 2010) dan He & Mykytyn, (2007)	Skala Likert 1-7
2	<i>Perceived Security</i>	<i>Perceived security</i> didefinisikan sebagai faktor yang mempengaruhi adopsi suatu teknologi seperti penjelasan keamanan yang mudah ditemukan dan perlindungan privasi konsumen dari pihak ketiga (Ghorban et al., 2011).	Menurut saya dompet digital Doku memiliki keamanan yang baik dalam bertransaksi Menurut saya dompet digital Doku memberikan informasi terkait keamanan kepada pengguna Menurut saya dompet digital Doku sudah mengikuti regulasi dari bank	Junaidi & Sfenrianto (2015) mengadopsi dari (Ghorban et al., 2011) dan Huang & Cheng, (2012) dan Bohle et al., (2000).	Skala Likert 1-7

			central dan pemerintah		
3	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Performance expectancy</i> didefinisikan sebagai bagaimana konsumen merasa percaya bahwa menggunakan produk atau layanan akan menguntungkan dan meningkatkan performa dalam kinerjanya. (Ventakesh et al., 2003).	Menurut saya, penggunaan dompet digital Doku berguna dalam melakukan transaksi Saya nyaman dalam bertransaksi menggunakan Dompet Digital Doku Menurut saya, transaksi menggunakan dompet digital Doku menghemat waktu saya	Junaidi & Sfenrianto (2015) mengadopsi dari Davis et al., (1989), Ventakesh et al., (2003) dan Gholami et al., (2010)	Skala Likert 1-7
4	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Effort expectancy</i> didefinisikan sebagai teknologi yang digunakan oleh konsumen dapat memberikan kemudahan dalam menggunakannya. (Ventakesh et al., 2003).	Menurut saya, penggunaan dompet digital Doku mudah untuk digunakan Menurut saya, Dompet Digital Doku memiliki fleksibilitas dalam bertransaksi. Menurut saya, Dompet Digital Doku dapat dipelajari dengan mudah.	Junaidi & Sfenrianto (2015) mengadopsi dari Ventakesh et al., (2003), Gholami et al., (2010), Davis et al., (1989) dan Moore & Benbasat, (2001).	Skala Likert 1-7
5	<i>Social Influence</i>	<i>Social Influence</i> adalah sejauh mana seorang individu	Saya akan menggunakan Dompet digital Doku jika ada	Junaidi & Sfenrianto (2015) mengadopsi	Skala Likert 1-7

		<p>merasakan bahwa orang lain yang penting percaya bahwa dia harus menggunakan suatu teknologi baru (Ventakesh et al., 2003).</p>	<p>rekomendasi dari Keluarga, kerabat, atau teman saya.</p> <p>Saya akan menggunakan Dompot digital Doku jika keluarga, kerabat, maupun teman saya juga menggunakan Dompot Digital Doku</p> <p>Keluarga, kerabat, maupun teman saya mendukung saya untuk menggunakan Dompot Digital Doku</p>	<p>dari Ventakesh et al., (2003) & Gholami et al., (2010).</p>	
6	<i>Intention to Use</i>	<p>Menurut Ventakesh et al. (2003), <i>intention to use</i> didefinisikan sebagai minat seseorang mengadopsi teknologi untuk hasil yang dimaksudkan.</p>	<p>Saya bersedia menggunakan Dompot Digital Doku di masa mendatang.</p> <p>Saya bersedia merekomendasikan Dompot Digital Doku kepada orang lain</p> <p>Menurut saya menggunakan dompot digital Doku itu menyenangkan</p>	<p>Junaidi & Sfenrianto (2015) mengadopsi dari Ventakesh et al., (2003), Gholami et al., (2010) dan Davis et al., (1989)</p>	<p>Skala Likert 1-7</p>

3.7 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.7.1 Uji Instrumen

Data yang terkumpul dalam penelitian ini berasal dari penyebaran kuisioner kepada partisipan yang dilakukan peneliti. Dalam penelitian ini, instrument utama adalah Kuisioner. Uji reliabilitas dan uji validitas pada hasil kuisioner yang telah disebar pada penelitian yang dilakukan peneliti digunakan sebagai pengukur ketepatan dan konsistensi jawaban kuisioner.

3.7.1.1 Uji Validitas

Validitas dapat diartikan sebagai seberapa jauh perbedaan pada skala yang diperhatikan dapat menapatkan perbedaan sejati pada objek pada karakteristik yang diukur (Malhotra,2020). Menurut Hair et al. (2019), validitas adalah seberapa jauh suatu ukuran dapat dengan akurat mewakili apa yang seharusnya.

Tabel 3.3 Tabel Ukuran Validitas dan Nilai

NO	Indikator Ukuran Validitas	Nilai
1	<i>Kaiser-Meiyer-Olkin</i> (KMO) Indeks KMO digunakan untuk menilai kelayakan analisis faktor dengan mengukur besarnya kelayakan sampling. (Malhotra, 2020).	$KMO \geq 0.5$ Nilai KMO antara 0,5 dan 1,0 menyiratkan bahwa analisis faktor sesuai (Malhotra, 2020). Analisis faktor mungkin tidak dapat diterapkan jika nilai KMO kurang dari 0,5. (Malhotra, 2020).
2	<i>Bartlett Test of Sphericity</i>	<i>Bartlett Test of Sphericity</i>

	<p><i>Bartlett Test of Sphericity</i> adalah uji statistik yang digunakan untuk menentukan apakah dua variabel berhubungan. (Hair et al., 2019).</p>	<p>(Sig < 0.05)</p> <p>Signifikan < 0.05 menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut berkorelasi. (Hair et al., 2019).</p>
3	<p><i>Measure of Sampling Adequacy</i> (MSA)</p> <p>MSA merupakan alat untuk menentukan tingkat interkolerasi antar variabel (Hair et al., 2019).</p>	<p>(MSA > 0.5)</p> <p>Untuk seluruh pengujian dan semua variabel, MSA harus lebih dari 0,5.(Hair et al., 2019).</p>
4	<p><i>Factor Loadings of Component Matrix</i></p> <p><i>Factor Loadings of Component Matrix</i> membantu dalam menentukan bentuk faktor spesifik serta hubungan antar variabel (Hair et al., 2019)</p>	<p>Semakin penting untuk menjelaskan suatu variabel, semakin tinggi nilai <i>factor loading</i>nya.</p> <p><i>Factor Loadings of Component Matrix</i> $\geq 0,5$ adalah persyaratan praktis yang relevan (Hair et al., 2019).</p>

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Hair et al. (2019), mendefinisikan reliabilitas sebagai sejauh mana variabel yang diamati dapat secara akurat mengukur nilai tanpa kesalahan. Cronbach's Alpha digunakan untuk menentukan besarnya

reliabilitas. Cronbach's Alpha adalah bentuk pengukuran untuk menentukan nilai konsistensi keseluruhan dari sebuah skala, dengan batas bawah 0,70.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dilakukan untuk melihat ada tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Variabel independen dalam model regresi yang baik tidak memiliki korelasi. Jika terdapat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen, maka variabel tidak orthogonal. (Ghozali, 2018). Multikolonieritas dalam model regresi dapat diuji dengan mencari:

- a. Estimasi model regresi empiris dengan nilai R^2 tinggi, tetapi banyak variabel independen yang tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).
- b. Analisa matrix korelasi variabel independen. Adanya multikolonieritas ditunjukkan dengan adanya korelasi yang signifikan antar variabel bebas. (> 0.90) (Ghozali, 2018).
- c. Nilai dari *Tolerance* ≤ 0.10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) ≥ 10 , maka membuktikan adanya multikolonieritas (Ghozali, 2018).

3.7.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas menentukan apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Model regresi yang layak adalah model regresi yang Homoskedastisitas atau tidak memiliki Heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white merupakan metode untuk mendeteksi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

3.7.2.3 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Uji T dan Uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan analisis grafik dan uji statistic (Ghozali, 2018).

3.7.3 Uji Model

3.7.3.1 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan seberapa baik model dapat mengubah variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai nol sampai satu. Nilai R^2 menunjukkan bahwa kapasitas variabel independen untuk menjelaskan varians variabel dependen dibatasi. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

Kelemahan dalam menggunakan koefisien determinasi (R^2) adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Jika terjadi penambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti akan meningkat tidak peduli variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menyarankan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik. Penggunaan

Adjusted R² dikarenakan nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2018).

3.7.4 Uji Hipotesis

3.7.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) digunakan untuk melihat apakah variabel independen dapat berpengaruh terhadap variabel dependen apabila digunakan secara berdampingan (Ghozali, 2018). *Quick Look* adalah kriteria penentuan keputusan yang digunakan pada uji statistic F saat menguji hipotesis. Jika nilai F lebih besar dari 4, maka H₀ ditolak dan H_A diterima, menurut *Quick Look* (Ghozali, 2018). Berikut bentuk hipotesis beserta artinya:

H₀ : $b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$, menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

H_A : $b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$, menunjukkan bahwa semua variabel independen adalah penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen bila diambil bersama-sama.

3.7.4.2 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik T)

Pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat ditentukan dengan menggunakan Uji Statistik T (Ghozali, 2018). *Quick Look* dilaksanakan dengan memantau *degree of freedom* (df), kalo df adalah 20 atau lebih beserta dengan erajat kepercayaan 5% maka H₀ ditolak dan H_A diterima. Uji Statistik T dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *quick look* dan membandingkan nilai t hitung dengan t table. *Quick Look* dilakukan dengan melihat *degree of freedom* (df), jika df adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka H₀ ditolak apabila nilai t lebih besar dari

2 (dalam nilai absolute), dan HA diterima. Langkah kedua adalah melihat nilai statistic t-hitung dengan t-table, jika nilai t-hitung > dari nilai t-table maka H0 ditolak dan HA diterima (Ghozali, 2018). Berikut bentuk hipotesis beserta penjelasannya:

H0 : $b_i = 0$, variabel independen bukan pengurai yang signifikan untuk variabel dependen.

HA : $b_i \neq 0$, variabel independen merupakan pengurai yang signifikan untuk variabel dependen.

3.7.4.3 Uji Regresi Linear Berganda

Peneliti menggunakan metode analisis data regresi linear berganda dalam penelitian ini. Tujuannya untuk melihat apakah terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih serta arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Persamaan regresi yang digunakan pada penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots +$$

Atau :

$$Y = a + b_1 C + b_2 PS + b_3 PE + b_4 EE + b_5 SI + e$$

Keterangan :

$Y = \textit{Intention to Use}$

$a = \textit{Konstanta}$

$b = \textit{Koefisien Garis Regresi}$

$C = \textit{Culture}$

$PS = \textit{Perceived Security}$

$PE = \textit{Performance Expectancy}$

$EE = \textit{Effort Expectancy}$

$SI = \textit{Social Influence}$

$E = \textit{Error}$