



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan metode penelitian yang digunakan dalam analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap Bluepay pada mahasiswa UMN diantaranya adalah sebagai berikut:

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian *analisis technology acceptance model* (TAM) adalah Bluepay yang beroperasi dan digunakan oleh mahasiswa UMN di kampus UMN. Bluepay dipilih karena Bluepay adalah teknologi yang baru diterapkan di kampus UMN sehingga perlu untuk dianalisis.



Gambar 3. 1 Logo Bluepay
sumber : appdevice.com

3.1.1 Sejarah Perusahaan

Bluepay adalah produk yang dimiliki oleh perusahaan yang bernama PT Bluepay Digital International yang pertama didirikan di Thailand, namun kini penyebarannya telah di 6 negara di Asia, salah satunya Indonesia yang

berlokasi di Griya Sinta Building 3rd Floor Unit 3D, Jl. Tomang Raya No. 39, RT.12/RW.5, Tomang, Grogol petamburan, RT.12/RW.5, Tomang, Grogol petamburan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Bluepay memiliki

Pilihan alternatif baru dalam bertransaksi barang khusus minuman dan makanan menggunakan *vending machine* yang dimiliki oleh Bluepay dengan menawarkan sistem pembayaran *cashless* dengan *platform smartphone* yang diberi nama dengan Bluepay Wallet.

3.2. Metodologi Pengumpulan Data

Pengumpulan data akan dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner online serta offline. Cara menyebarkan kuesioner *online* adalah dengan menyebarkannya di aplikasi *instant messaging* (IM) seperti Line, Whats App, Facebook Messenger, BBM, dan Instagram dengan cara memposting di *timeline, blast* di semua grup, dan meminta teman untuk membantu menyebarkannya. Untuk memaksimalkan pengumpulan data, maka akan juga menyediakan kuesioner cetak dan menyebarkannya pada mahasiswa UMN agar langsung mengisi kuesioner pada saat itu juga.

3.3. Metodologi Penggunaan Model

3.3.1. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Dalam penelitian ini akan digunakan dua kunci utama TAM yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) adalah tingkat kepercayaan


individu bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya, dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi membuatnya lebih mudah menyelesaikan pekerjaan. Terdapat juga konstruk internal TAM yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah minat penggunaan (*Behavioral Intention*), sikap suka atau tidak suka (*Attitude Toward Using*), bagaimana sistem pada kenyataannya (*Actual system use*), dan sikap terhadap penggunaan teknologi (*Behavioral Intention to Use*).

Diperlukan juga konstruk eksternal dari TAM untuk mengembangkan penelitian ini diantaranya adalah di mana user dapat mengakses (*System Accessibility*), keyakinan individu (*Self-Efficacy*), dan kepercayaan (*Trust*).

Berikut lima konstruk internal TAM yang digunakan:

1. *Perceived Ease of Use* (PEOU)
2. *Perceived Usefulness* (PU)
3. *Attitude Toward Using* (ATU)
4. *Behavioral Intention* (BI)
5. *Actual System Use* (ASU)

Adapun konstruk eksternal yang digunakan:

- 
1. *Trust* (T)
 2. *Self-Efficacy* (SE)

3.4 Penyusunan dan Penetapan Alternatif Jawaban

Pengukuran jawaban dari setiap alternative pertanyaan menggunakan skala Likert dengan rentang 1 hingga 5 seperti yang digunakan (Wijayanti, 2009) dalam penelitiannya. Skor Maksimum = (jumlah responden x skor tertinggi *Likert*) Skor Minimum = (jumlah responden x skor terendah *Likert*), Indeks (%) = (Total Skor / Skor Maksimum) x (jumlah responden). Interval penelitian Indeks 0% – 19,99%: Sangat Tidak Setuju, Indeks 20% – 39,99%: Tidak Setuju, Indeks 40% – 59,99%: Ragu-ragu, Indeks 60% – 79,99%: Setuju, Indeks 80% – 100%: Sangat Setuju Berikut penjelasan tiap butir *alternative* jawaban pada tabel 3.1.

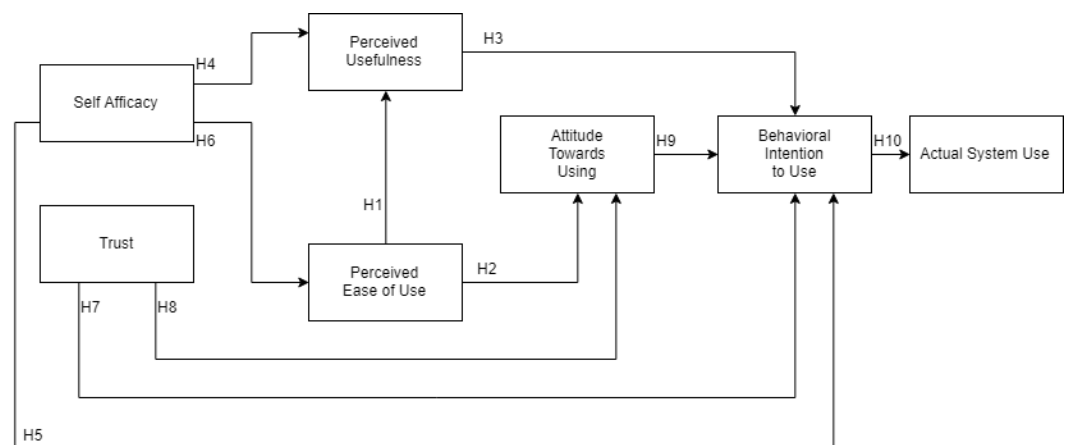
Tabel 3. 1 Jawaban dalam Skala Likert

No	Jawaban Alternatif	Skor	
		Pertanyaan	Pertanyaan
		Positif	Negatif
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	5	1
2	Tidak Setuju (TS)	4	2
3	Netral (N)	3	3
4	Setuju (S)	2	4
5	Sangat Setuju (SS)	1	5

UNIVERSITAS
NUSANTARA

3.5 Kerangka Model

Dalam penelitian ini kerangka pikir merupakan sebuah gabungan antara konstruk internal TAM dan konstruk eksternal yang berasal dari beberapa penelitian terdahulu. Berikut adalah diagram 3.2 kerangka pikir yang akan diuji dalam penelitian ini.



Gambar 3. 2 Kerangka Model Penelitian

Dari gambar 3.2 terdapat 10 hipotesis yang harus dibuktikan pada penelitian ini, hipotesis tersebut mengambil dari beberapa referensi penelitian sebelumnya, berikut penjabaran dari asal mula hipotesis itu terbentuk.

1. Hipotesis 1 *perceived ease of use* (PEOU) kepada *perceived usefulness* (PU) pada penelitian yang dilakukan (Hanggono, Handayani, & Susilo, 2015) pada aplikasi Instagram, pasangan variabel tersebut memiliki signifikansi yang tinggi artinya semakin positif persepsi mahasiswa terhadap kemudahan penggunaan (*Perceived Usefulness*) jejaring social Instagram maka persepsi yang

dimiliki mahasiswa tentang kemanfaatan (*Perceived Ease Of Use*) juga akan semakin baik.

2. Hipotesis 2 adalah pasangan variabel *perceived ease of use* (PEOU) dan *attitude toward using* (ATU) yang diadaptasi dari jurnal (Lee & Wella, 2018) tentang *e-learning* UMN yang memiliki hubungan namun tidak signifikan.
3. Hipotesis 3 adalah *perceived usefulness* (PU) dengan *behavioral intention* (BI), diadaptasi dari jurnal (Lee & Wella, 2018) yang menerapkan pasangan variabel tersebut dan memiliki hasil yang signifikan.
4. Hipotesis 4 adalah eksternal variabel *self-efficacy* (SE) dan internal variabel *perceived usefulness* (PU) dari penelitian (Fathema, Shannon, & Ross, 2015) yang menyimpulkan bahwa orang yang memiliki kepercayaan diri (SE) tinggi lebih mudah memiliki persepsi kemudahan lebih mudah (PU).
5. Hipotesis 5 adalah *self efficacy* (SE) dengan *behavioral intention* (BI) pada penelitian (Ratri, 2016) yang membahas tentang *e-learning* pada SMKN2 Yogyakarta dan menemukan hasil yang memiliki hubungan namun memiliki nilai signifikan yang rendah.
6. Hipotesis 6 adalah *self efficacy* (SE) dengan *perceives ease of use* (PEOU) tidak memiliki hubungan signifikan (Ratri, 2016).
7. Hipotesis 7 adalah pasangan variabel *trust* (T) dan *behavioral intention* (BI) yang menunjukkan hasil signifikan pada jurnal yang

diberi nama pengaruh *trust* dalam penggunaan automated teller machine berdasarkan technology acceptance model (Rahmawaty, 2017).

8. Hipotesis 8 adalah *trust* (T) dengan *attitude toward using* (ATU) yang memiliki pengaruh signifikan pada penelitian *T-cash* di Bandung (Juhri & Kusuma, 2017).
9. Hipotesis 9 adalah *attitude toward using* (ATU) dan *behavioral intention* (BI) yang diteliti pada *e-learning* UMN memiliki hasil signifikan (Lee & Wella, 2018).
10. Hipotesis 10 adalah *behavioral intention* (BI) dan *actual system use* (ASU) yang diteliti pada *e-learning* UMN memiliki hasil signifikan (Lee & Wella, 2018).

3.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pikir yang telah disebutkan pada Gambar 3.2, maka akan timbul beberapa hipotesis seperti pada tabel 3.2

Tabel 3. 2 Hipotesis Penelitian

No	Hipotesis
H1	<i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Perceived Usefulness</i> (PU) dalam penggunaan Bluepay (Hanggono, Handayani, & Susilo, 2015).

H2	<i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Attitude Toward Using</i> (ATU) dalam penggunaan Bluepay (Lee & Wella, 2018).
H3	<i>Perceived Usefulness</i> (PU) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI) dalam penggunaan Bluepay (Lee & Wella, 2018).
H4	<i>Self-Efficacy</i> (SE) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Perceived Usefulness</i> (PU) dalam penggunaan Bluepay (Fathema, Shannon, & Ross, 2015).
H5	<i>Self-Efficacy</i> (SE) mempunyai pengaruh yang signifikan Terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI) dalam penggunaan Bluepay (Ratri, 2016).
H6	<i>Self-Efficacy</i> (SE) mempunyai pengaruh yang signifikan Terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) dalam penggunaan Bluepay (Ratri, 2016).
H7	<i>Trust</i> (T) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI) dalam penggunaan Bluepay (Rahmawaty, 2017).
H8	<i>Trust</i> (T) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Attitude Toward Using</i> (ATU) dalam penggunaan Bluepay (Juhri & Kusuma, 2017)

H9	<i>Attitude Toward Using</i> (ATU) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI) dalam penggunaan Bluepay (Lee & Wella, 2018).
H10	<i>Behavioral Intention</i> (BI) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Actual System Use</i> (ASU) dalam penggunaan Bluepay (Lee & Wella, 2018).

Tabel 3.2 Hipotesis Penelitian

Setelah mendapatkan hasil dari penelitian ini, hasil tersebut akan disebarakan terutama untuk PT Bluepay Digital International untuk bahan pertimbangan dan evaluasi pengembangan bisnisnya sehingga kampus-kampus lain dapat diimplementasikan *vending machine* serupa. Dari penelitian akan dihasilkan masukan serta saran untuk memperbaiki performa dari Bluepay.

3.7 Penyusunan Indikator Kuesioner Penelitian

Susunan kuesioner berisi atas konstruk yang memiliki indikator pengukuran untuk pertanyaan dari tiap variabel konstruk TAM. Berikut adalah mengelompokkan indikator tiap konstruk TAM dalam bentuk tabel 3.3 agar mudah dipahami. Indikator tersebut dikutip dari (Lee & Wella, 2018).

Tabel 3. 3 Indikator tiap Konstruk TAM

No	Konstruk	Indikator
1	PU	a. Transaksi barang menjadi lebih cepat b. Aktivitas menjadi lebih mudah

	(<i>Perceived Usefulness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> c. Transaksi menjadi lebih cepat d. Transaksi menjadi lebih mudah e. Mengembangkan aktivitas f. Meningkatkan produktivitas g. Meningkatkan efektivitas h. Meningkatkan efisiensi i. Memiliki kegunaan
2	PEOU (<i>Perceived Ease of Use</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kemudahan untuk dipelajari b. Kemudahan untuk mencapai tujuan c. Kemudahan penggunaan d. Jelas dan mudah dipahami e. Fleksibel f. Bebas dari kesulitan
3	ATU (<i>Attitude Toward Using</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Sikap penerimaan terhadap Bluepay b. Sikap penolakan terhadap Bluepay c. Pengalaman dalam penggunaan Bluepay
4	BI (<i>Behavioral Intention</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Keinginan menggunakan Bluepay b. Keinginan menggunakan Bluepay dalam menunjang aktivitas c. Keinginan untuk menggunakan Bluepay secara intensif/sering

5	ASU (<i>Actual System Use</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Sampai sejauh mana Bluepay digunakan dalam sepekan terakhir b. Sampai sejauh mana Bluepay digunakan dalam sebulan terakhir c. Sampai sejauh mana Bluepay digunakan secara keseluruhan
6	T (<i>Trust</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengetahuan tentang sebuah objek memiliki atribut khusus b. Seberapa jauh sebuah atribut tertentu menghasilkan atau memberikan manfaat tertentu c. Persepsi konsumen seberapa jauh sebuah objek akan memberikan manfaat tertentu
7	SE (<i>Self Efficacy</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Sejauh mana kepercayaan diri dalam mencari tahu b. Sejauh mana kepercayaan diri dalam melakukan transaksi

3.8 Penyusunan Butir Kuesioner Penelitian

Butir-butir kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah adaptasi kuesioner penelitian terdahulu guna memperoleh validitas item – item penyusun

konstruk penelitian. Objek dari kuesioner terdahulu telah di sesuaikan dengan objek Bluepay serta telah mengalami adaptasi ke bahasa Indonesia.

3.8.1 Butir Kuesioner *Perceived Usefulness (PU)* (Hanifa, 2017)

Tabel 3. 4 Butir Pertanyaan PU

No	Pertanyaan	Variabel
1	Menggunakan Bluepay dapat membuat transaksi pembelian produk yang saya lakukan lebih cepat	PU1
2	Menggunakan Bluepay dapat meningkatkan produktifitas.	PU2
3	Tidak ada batasan waktu dalam mengakses Bluepay	PU3
4	Bluepay sangat bermanfaat sebagai sarana transaksi jual beli	PU4
5	Bluepay sangat memudahkan aktivitas saya	PU5

3.8.2 Butir Kuesioner *Perceived Ease of Use (PEOU)* (Hanifa, 2017)

Tabel 3. 5 Butir Pertanyaan PEOU

No	Pertanyaan	Variabel
1	Menggunakan Bluepay dapat mengefisiensi waktu saya tanpa pergi ke toko	PEOU1
2	Bluepay memudahkan transaksi jual beli seperti yang saya inginkan	PEOU2
3	Menurut saya, Bluepay sangat mudah untuk dioperasikan	PEOU3

4	Menggunakan Bluepay dapat saya lakukan dimana dan kapan saja	PEOU4
---	--	-------

3.8.3 Butir Kuesioner Attitude Toward Using (ATU) (Hanifa, 2017)

Tabel 3. 6 Butir Pertanyaan ATU

No	Pertanyaan	Variabel
1	Saya senang menggunakan Bluepay	ATU1
2	Menurut saya, menggunakan Bluepay sangat diperlukan	ATU2
3	Menurut saya, menggunakan Bluepay merupakan ide yang bagus	ATU3
4	Memutuskan menggunakan Bluepay merupakan keputusan yang bijaksana	ATU4

3.8.4 Butir Kuesioner Behavioral Intention (BI) (Lee & Wella, 2018)

Tabel 3. 7 Butir Pertanyaan BI

No	Pertanyaan	Variabel
1	Saya berniat menggunakan Bluepay pada waktu dekat	BI1
2	Saya berniat menggunakan Bluepay secara sering pada semester ini	BI2
3	Saya berniat menggunakan Bluepay setiap hari pada semester ini	BI3

4	Saya berniat menggunakan Bluepay untuk membantu aktifitas saya di kampus pada semester ini	BI4
5	Saya berniat menggunakan Bluepay pada semester yang akan datang	BI5

3.8.5 Butir *Kuesioner Actual System Use (ASU)* (Hanifa, 2017)

Tabel 3. 8 Butir Pertanyaan ASU

No	Pertanyaan	Variabel
1	Dalam melakukan transaksi produk minuman dan makanan ringan, saya <u>selalu</u> menggunakan Bluepay	ASU1
2	Saya <u>sering</u> menggunakan Bluepay setiap transaksi minuman dan makanan ringan	ASU2
3	Saya puas setiap bertransaksi menggunakan Bluepay	ASU3

3.8.6 Butir *Kuesioner Trust (T)* (Lee & Wella, 2018)

Tabel 3. 9 Butir Pertanyaan T

No	Pertanyaan	Variabel
1	Saya merasa bahwa keamanan informasi pada Bluepay dapat dipercaya	T1
2	Bluepay dapat memastikan kualitas produk yang dijual dapat dipercaya	T2

3	Bluepay dapat memastikan deposito, data diri dan privasi pelanggan dapat terjaga dengan baik	T3
4	Secara keseluruhan, saya merasa bahwa Bluepay dapat dipercaya	T4

3.8.7 Butir *Kuesioner Self-Efficacy (SE)* (Ratri, 2016)

Tabel 3. 10 Butir Pertanyaan SE

No	Pertanyaan	Variabel
1	Saya yakin dapat menemukan informasi atau produk yang disediakan oleh Bluepay	SE1
2	Saya mampu menggunakan Bluepay	SE2

Mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan (Ratri, 2016) yang meneliti e-learning di SMK Yogyakarta menggunakan variabel yang sama yaitu *self efficacy* (SE) menggunakan 2 butir pertanyaan pada kuesioner yang ia lakukan.

3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

3.9.1 Uji Validitas Instrumen Kuesioner

Pada penelitian analisis *technology acceptance model* (TAM) terhadap penggunaan Bluepay pada mahasiswa UMN menggunakan pengujian uji validitas *Bivariate Pearson* dengan bantuan software SPSS. Metode ini menggunakan cara mengorelasikan masing-masing skor butir dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan butir. Apabila nilai

signifikansi lebih kecil dari atau dibawah 0.05 berarti data yang diperoleh adalah valid (Sugiyono, 2010).

Tabel 3. 11 Tabel R Validitas
Sumber : (Sugiyono, 2010)

DF	0.05		0.01	
	t 0,05	r 0,05	t 0,01	r 0,01
76	1.992543	0.225654	2.643913	0.293786
77	1.992102	0.224174	2.642983	0.291895
78	1.991673	0.222722	2.642078	0.29004
79	1.991254	0.221298	2.641198	0.28822
80	1.990847	0.219901	2.64034	0.286433
81	1.99045	0.21853	2.639505	0.28468
82	1.990063	0.217185	2.638691	0.282958
83	1.989686	0.215864	2.637897	0.281267
84	1.989319	0.214567	2.637123	0.279606

Tabel 3.11 menjadi acuan sebuah hasil survey dikatakan valid apabila angka *pearson correlation* melebihi angka table r, khususnya pada penelitian ini berjumlah 84 responden maka angka minimal *pearson correlation* adalah 0.214567.

3.9.2 Uji Reliabilitas Instrumen Kuesioner

Uji reliabilitas instrumen pada penelitian ini tetap dilakukan meskipun instrumen yang ada sudah valid. Instrumen yang valid umumnya sudah reliabel, tetapi pengujian reliabilitas instrument perlu dilakukan (Ardhiani, 2015). Secara umum ketentuan untuk pengambilan keputusan reliabilitas sebagai berikut:

- a. Jika *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,60 maka item dinyatakan tidak reliabel sehingga item perlu di hapus.

- b. Jika *Cronbach's Alpha* berada di kisaran 0,70 maka item dinyatakan masih dapat diterima dan reliabel kuat.
- c. Jika *Cronbach's Alpha* 0,80 maka item dinyatakan sangat reliabel atau sangat kuat.

3.10 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pengujian statistik deskriptif dan statistik inferensial sebagai teknik analisis data. Statistik deskriptif digunakan untuk mendapatkan gambaran murni mengenai objek yang diteliti, sedangkan statistik inferensial digunakan untuk melakukan penarikan kesimpulan. Statistik deskriptif memberi gambaran murni mengenai objek dalam dua pembagian pengukuran, yakni ukuran pemusatan data (nilai tengah, rata-rata, dan modus) serta ukuran penyebaran data (standar deviasi, varian, nilai minimum dan nilai maksimum). Hasil pengolahan data akan divisualisasikan dalam bentuk *pie chart* (Ardhiani, 2015).

Untuk menarik kesimpulan, pada penelitian ini menggunakan pengolahan data dengan software SPSS dengan mencari nilai signifikan untuk menemukan nilai linear agar mengetahui apakah pasangan variabel memiliki hubungan. Sebelum melakukan analisis jalur, dibutuhkan pembuatan struktur lengkap secara keseluruhan terlebih dahulu, di mana struktur lengkap ini dipecah menjadi beberapa bagian substruktur jalur berdasarkan variabel dependen yang terlibat dalam penelitian serta melakukan uji prasyarat analisis jalur. (Ardhiani, 2015).

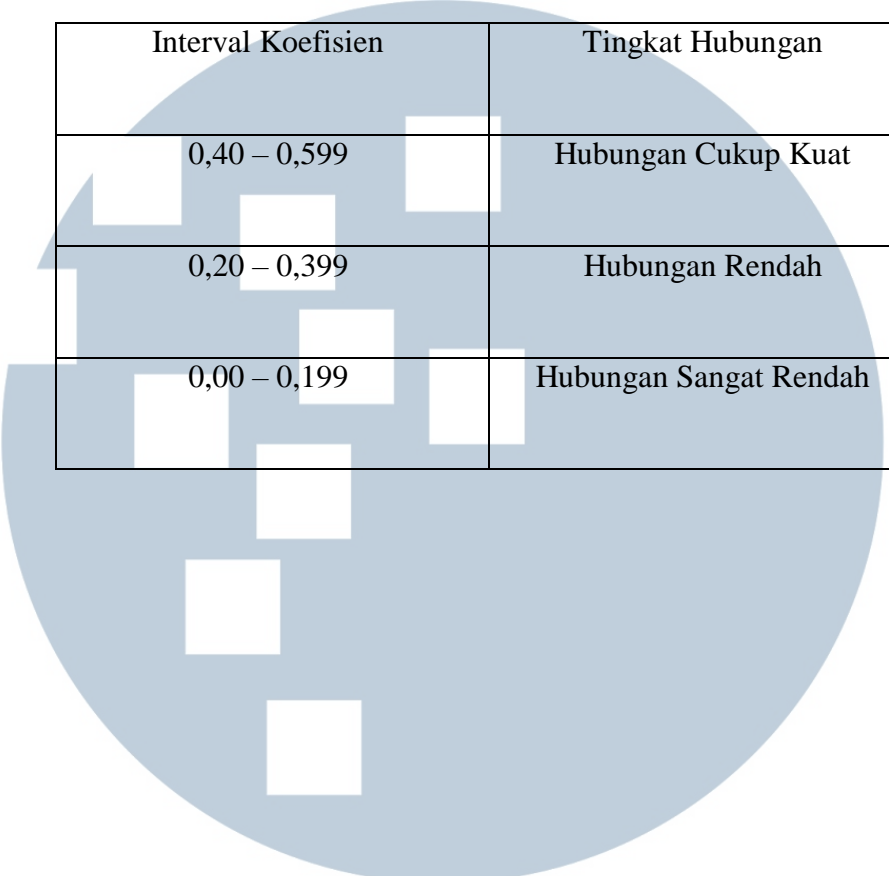
3.11 Teknik Uji Linearitas

Secara umum uji linearitas bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel apakah memiliki hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Uji Linearitas biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Makin kuat hubungan linear suatu pasangan variabel, maka semakin kecil persentase probabilitas hubungan yang terjadi di dalam pasangan variabel tersebut hanya merupakan sebuah kebetulan. Pada penelitian ini akan dibuktikan menggunakan software SPSS dengan melihat nilai signifikansi pada hubungan tiap variabel. Bila nilai signifikansi (*deviation from linearity Sig.*) > 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa dua variabel atau lebih tersebut memiliki hubungan linear, dan jika nilai signifikansi (*deviation from linearity Sig.*) < 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa dua variabel atau lebih tersebut tidak memiliki hubungan linear. Suatu pasang variabel dinyatakan memiliki hubungan semakin kuat jika angka signifikan semakin mendekati 1, jika angka semakin mendekati 0 maka hubungan pasang variabel semakin lemah. Terdapat tabel indikator untuk menentukan seberapa kuat sebuah pasang variabel biasa disebut koefisien korelasi.

Tabel 3. 12 Interval Koefisien

Sumber : (Pasaribu, Fadillah, & Anggraeni S, 2010)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Hubungan Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Hubungan Kuat

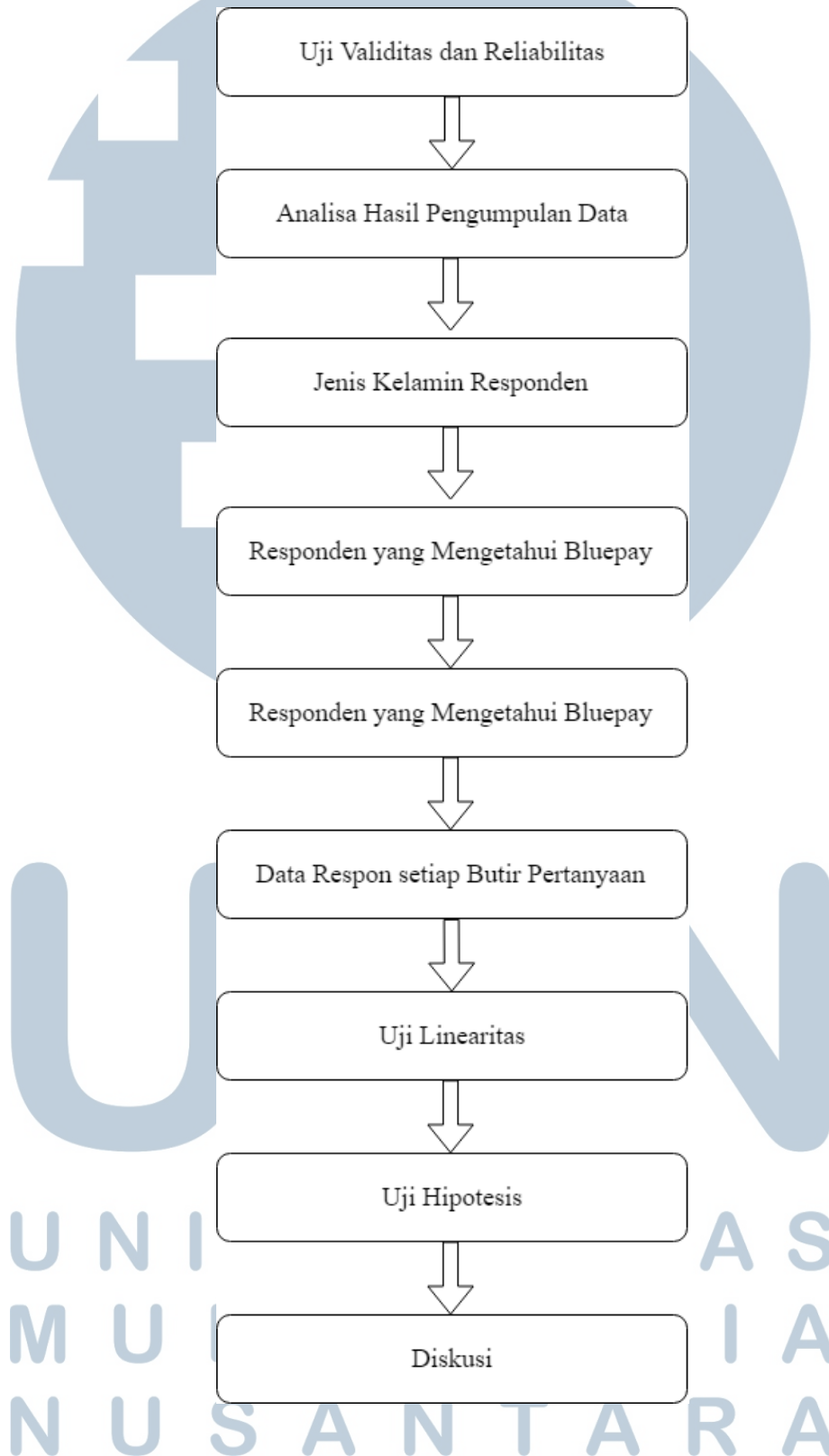


Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,40 – 0,599	Hubungan Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Hubungan Rendah
0,00 – 0,199	Hubungan Sangat Rendah

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.12 Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 3. 3 Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir penelitian adalah sebuah langkah sistematis secara berurutan untuk menjadi sebuah acuan penelitian agar lebih terstruktur dan sistematis. Pada gambar 3.3 terdapat poin-poin kerangka pikir antara lain adalah uji validitas dan reliabilitas yaitu menguji apakah data yang didapat dari responden dapat dinyatakan valid dan reliabel dihitung dengan bantuan *software* SPSS. Analisis hasil pengumpulan data adalah membuat sebuah analisis deskriptif dari data responden yang sudah dikemas dalam bentuk grafik. Jenis kelamin responden adalah sub bab yang membahas tentang jenis kelamin dari responden serta alasan agar dapat memberi informasi yang jelas serta keterangan tambahan dalam penelitian ini. Responden yang mengetahui Bluepay adalah sub bab yang membahas tentang penyaringan responden yang akan masuk pada tahap analisis selanjutnya, karena yang tidak mengetahui Bluepay tidak akan dihitung dalam analisis penelitian ini. Data respon setiap butir pertanyaan pada sub bab ini akan membahas tentang detail data survey setiap butir sub variabel. Uji linearitas adalah analisis tentang setiap pasang variabel yang sudah disebutkan dalam hipotesis dan akan dicari nilai signifikansi melalui uji *bivariate* SPSS, Uji hipotesis adalah mencocokkan hipotesis yang diterima atau ditolak serta menunjukkan hasil dari nilai signifikansi dan indikatornya, dan Diskusi adalah sub bab yang akan membahas keseluruhan hasil analisis yang dikemas secara singkat.

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