

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian ini. Objek dari penelitian ini adalah orang yang sudah pernah menggunakan dan bertransaksi dengan aplikasi OVO di Indonesia.

3.2 Metode Pengumpulan Data

3.2.1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui media online. Penyebaran menggunakan *Instant messaging* atau aplikasi Line, Whatsapp, Instagram, dan dengan ditawarkan langsung kepada responden dengan membuka *link* kuesioner ke alamat <https://forms.gle/T7rAokQ9bGQZL1gH6> (Google Form) dan mengisinya menggunakan *gadget* pribadi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Voluntary Sampling*, pengambilan data diperoleh berdasarkan kerelaan untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Menurut (Hair J. F., 2010) Untuk melakukan penentuan jumlah sampel penelitian, standar ukuran sampel yang baik untuk penelitian analisa adalah minimum 5 dikali jumlah indikator dalam penelitian dan maksimum 10 dikali jumlah indicator. Maka dari itu sampel yang akan

didapatkan dalam penelitian ini minimal sebanyak 95 dan maksimal adalah 185 .

Untuk melakukan pengukuran dalam penelitian ini, menggunakan skala Likert, skala yang dipakai adalah 1 – 5. Skala ini diharapkan bias memberikan nilai yang akurat untuk penelitian ini. Skala Likert memiliki format seperti tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Skala Likert

No.	Jawaban	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator		Atas Dasar
Perceived Ease of Use	PEU1	Saya merasakan kemudahan saat bertransaksi dengan aplikasi OVO	Widiatmik, 2012
	PEU2	Saya memahami cara bertransaksi menggunakan aplikasi OVO	Widiatmik, 2012
	PEU3	Saya mudah untuk memahami fitur yang ada di aplikasi OVO	Widiatmik, 2012
Perceived Usefulness	PU1	Aplikasi OVO sangat bermanfaat bagi saya di kehidupan sehari-hari	Widiatmik, 2012
	PU2	Aplikasi OVO dapat meningkatkan kecepatan kinerja saya dalam bertransaksi	Widiatmik, 2012
	PU3	Aplikasi OVO meningkatkan efektifitas saya dalam bertransaksi	Widiatmik, 2012
Attitude Toward Using	ATU1	Saya senang bertransaksi menggunakan aplikasi OVO	Widiatmik, 2012
	ATU2	Aplikasi OVO mempermudah saya dalam bertransaksi	Widiatmik, 2012
	ATU3	Menggunakan aplikasi OVO memberikan kenikmatan dalam bertransaksi bagi saya	Widiatmik, 2012
Behavioral Intention to Use	BIU1	Saya memilih untuk menggunakan aplikasi OVO dalam setiap transaksi saya apabila menyediakan metode pembayaran menggunakan aplikasi OVO	Widiatmik, 2012
	BIU2	Saya berharap agar aplikasi OVO untuk bisa selalu ada dalam transaksi di masa depan	Widiatmik, 2012
	BIU3	Saya lebih memilih menggunakan aplikasi OVO lebih dari pada aplikasi	Widiatmik, 2012

		wallet yang lain	
Actual Using	AU1	Saya mengakses aplikasi OVO setiap hari	Widiatmik, 2012
	AU2	Saya menyempatkan untuk mengakses aplikasi OVO	Widiatmik, 2012
	AU3	Saya memprioritaskan toko atau tenant yang menyediakan transaksi menggunakan OVO	Widiatmik, 2012
Social Influence	SI1	Anggota Keluarga Saya merasa saya harus menggunakan aplikasi OVO	(Juho Hamari, Jonna Koivisto, 2015)
	SI2	Orang yang berpengaruh bagi saya merasa saya harus menggunakan aplikasi OVO	(Juho Hamari, Jonna Koivisto, 2015)
	SI3	Orang-orang yang pendapatnya saya hargai merasa saya harus menggunakan aplikasi OVO	(Juho Hamari, Jonna Koivisto, 2015)
	SI4	Orang-orang yang sering saya temui merekomendasikan untuk menggunakan aplikasi OVO	(Juho Hamari, Jonna Koivisto, 2015)

3.3 Tahapan Analisa *Partial Least Squares* (PLS)

Pada pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan *Partial Least Squares* (PLS) dengan *software* SmartPLS 3.0. Menurut (Jaya, 2008) terdapat beberapa tahapan dalam analisis menggunakan PLS:

1. Merancang model struktural (*inner model*). Memformulasikan variabel laten yang didasarkan dari hipotesis yang ada.

2. Merancang model pengukuran (*outer model*). Menghubungkan antar variabel laten dengan indikatornya. Hal ini akan menentukan sifat indikator yang dipakai apakah sifat indikator reflektif atau formatif.

3. Konstruksi Diagram Jalur. Hal ini dilakukan setelah dilakukan perancangan *inner* dan *outer* model. Hasilnya kemudian akan dinyatakan dalam bentuk diagram jalur sehingga tercipta visualisasi antara indikator dengan variabel latennya.

4. Uji *Outer Model* dan *Inner Model*

- a. *Outer Model*

Mendefinisikan bagaimana cara berhubungan dari setiap indikator dengan variabel latennya. Penelitian ini memiliki indikator laten bersifat reflektif sehingga memiliki cara analisis terhadap *outer model* berupa:

Convergent Validity. Nilai *convergent validity* merupakan nilai *loading factor* ada variabel laten (konstruk) dengan indikator-indikator yang diharapkan lebih besar dari 0.7.

Discrimination Validity. Nilai ini mencerminkan nilai *cross loading factor* yang berguna untuk mengetahui tingkat diskriminan pada setiap konstruk. Hal ini dapat dilihat dengan cara membandingkan nilai *loading faktor* pada konstruk yang dituju dengan konstruk lainnya.

Composite reliability dan *crinbach alpha*. Hal ini memiliki tujuan untuk melihat kehandalan pada data. Hal ini dapat dilihat jika *composite reliability* memiliki nilai lebih besar dari 0.7, maka data yang dimiliki dapat dinyatakan handal.

b. *Inner Model*

Uji *inner model* memiliki maksud untuk memastikan model struktural yang dibangun memiliki keakuratan. Evaluasi *inner model* dapat dilihat dari koefisien determinasi (R-Squares) serta *predictive relevance* (Q²), nilai R-Squares ini memberikan penjelasan mengenai pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Hal ini dapat dilihat dari nilai 0.75, 0.50 dan 0.25 jika disimpulkan secara berurutan menyatakan model kuat, moderat dan lemah. *Predictive relevance* memiliki tujuan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan estimasi parameter, dapat dilihat dari nilai Q²

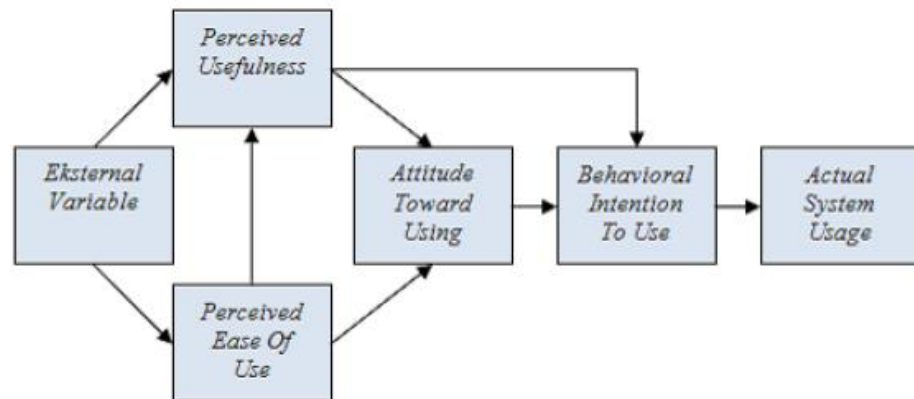
0.02, 0.015 dan 0.35 yang menunjukkan secara berurutan bahwa model lemah, moderat, dan kuat.

5. Pengujian Hipotesis.

Didalam model PLS tidak terdapat aturan bahwa harus memiliki distribusi data yang normal, maka dalam menentukan tingkat signifikansi dari koefisien jalur (*path coefficient*) menggunakan *nonparametric test*. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-statistik yang dihasilkan dengan menjalankan algoritma *bootstrapping* sebagai penentu penerimaan suatu hipotesis yang diajukan. Pengujian hipotesis menggunakan nilai alpha sebesar 5% dimana nilai t-statistik yang digunakan 1.96 sehingga kriteria dari penerimaan dan penolakan hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak ketika nilai t-statistik lebih besar dari 1.96. sedangkan untuk mengetahui tingkat signifikansi menggunakan probabilitas maka H1 signifikan jika $p\text{ values} > 0.05$. (Jaya, 2008)

3.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu dugaan sementara yang belum dibuktikan didalam penelitian dan harus dicari kebenarannya.. Berikut merupakan penjelasan setiap variabel yang ada di model penelitian.



Gambar 3. 1 *Technology Acceptance Model* (Davis & Bagozzi, 1989)

1. *Perceived Ease of Use*

Merupakan tahapan dari para *user* saat dapat menggunakan aplikasi tersebut bebas dari usaha (Lai, 2017). Artinya variabel ini ingin mengetahui apakah para *user* dapat menggunakan aplikasi OVO dengan mudah tanpa usaha yang lebih.

2. *Perceived Usefulness*

Merupakan suatu tahapan dari seseorang pada saat menggunakan suatu sistem dan sistem tersebut dapat meningkatkan performa *user* tersebut (Lai, 2017). Jadi bagaimana aplikasi OVO dapat membantu user untuk meningkatkan performa pekerjaan mereka.

3. *Attitude Toward Using*

Merupakan sikap mendukung atau menentang terhadap sistem sebuah produk (Lai, 2017). Jadi apakah *user* menunjukkan dukungan atau penolakan pada aplikasi OVO.

4. *Behavioral Intention To Use*

Merupakan kecenderungan perilaku seorang *user* pada saat menggunakan aplikasi (Lai, 2017). Variabel ini mengetahui apakah *user* akan tetap menggunakan aplikasi OVO atau tidak di masa depan.

5. *Actual Using*

Merupakan variabel untuk mengetahui apakah *user* menggunakan sistem secara nyata atau tidak (Lai, 2017). Untuk mengetahui apakah *user* selalu menggunakan aplikasi OVO atau pada saat tertentu saja.

6. *Social Influence*

Variabel Eksternal yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah *Social Influence*. *Social influence* memiliki definisi berupa persepsi seseorang yang merasa bahwa penting bagi orang lain percaya bahwa menggunakan sistem baru merupakan suatu keharusan (Juho Hamari, 2015). Untuk mengetahui apakah lingkungan sekitar mempengaruhi *user* untuk menggunakan aplikasi OVO atau tidak.

Hipotesis berikut dibuat berdasarkan teori awal (Davis & Bagozzi, 1989) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Berikut adalah hipotesis yang telah ditentukan:

H1 : *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap *Perceived Usefulness*.

H2 : *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap *Perceived Ease of Use*.

H3 : *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh terhadap *Perceived Usefulness*.

H4 : *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh terhadap *Attitude Towards Using*.

H5 : *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh terhadap *Attitude Towards Using*.

H6 : *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use*.

H7 : *Attitude Towards Using* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use*.

H8 : *Behavioral intention to use* memiliki pengaruh terhadap *Actual Using*.