

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



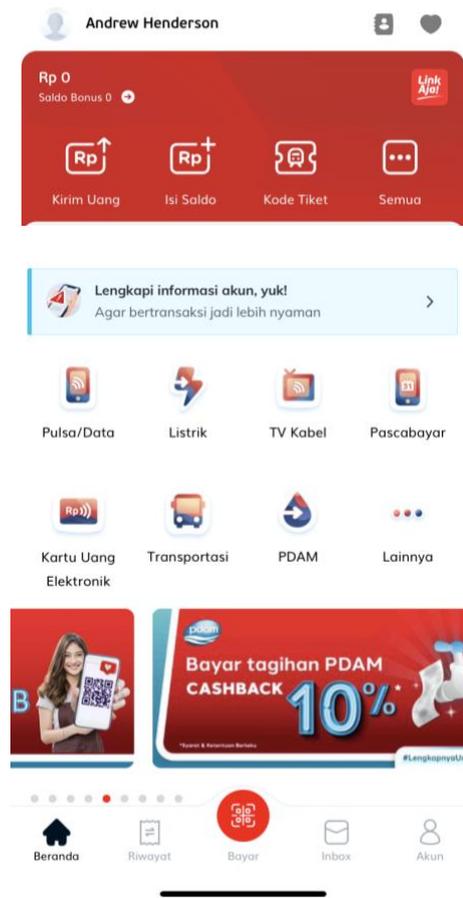
Sumber: LinkAja.id, 2020

**Gambar 3.1 Logo LinkAja**

PT. Fintek Karya Nusantara adalah perusahaan *fintech* (*financial technology*) asal Indonesia yang menyediakan layanan dompet *digital* di Indonesia dengan nama LinkAja. LinkAja merupakan hasil dari merger produk dompet *digital* antara Telkomsel (PT. Telekomunikasi Indonesia) dengan Himpunan Bank Negara Indonesia (HIMBARA). Pada awalnya LinkAja merupakan produk T-Cash (Telkomsel) yang memanfaatkan jaringan telekomunikasi untuk menghadirkan layanan layaknya rekening bank. Pengguna T-Cash dapat melakukan pengiriman uang, penarikan melalui ATM, pembayaran pulsa dan pembayaran kepada *merchant* menggunakan sistem *radio-frequency identification* (RFID). Dan pada 21 Februari 2019 layanan tersebut digabungkan menjadi aplikasi LinkAja.

Pada saat ini, Link Aja memiliki layanan yang sangat beragam, mulai dari pembayaran kepada *merchant*, membeli tiket kereta api, membeli pulsa, membayar

layanan pasca bayar, pembayaran tagihan air, pembayaran tagihan gas, hingga pembelian bahan bakar di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU). Pada awalnya LinkAja hanya menawarkan pembayaran dengan sistem *Quick Response Code* (QR Code) namun sekarang telah merambah dengan memberikan layanan tambahan kepada pengguna.



Sumber: LinkAja, 2020

### Gambar 3.2 Aplikasi LinkAja

Pada gambar 3.2 terdapat beberapa fitur yang ditawarkan oleh aplikasi dompet *digital* LinkAja yang dapat digunakan oleh pengguna. Dari sisi akun, terdapat beberapa jenis akun yang disediakan oleh LinkAja diantaranya adalah:

### 1. *Basic Service*

Pengguna yang baru mendaftar pada aplikasi dompet *digital* LinkAja terdaftar sebagai pengguna *basic service*. Pengguna yang berstatus sebagai pengguna *basic service* hanya dapat mengisi saldo maksimal Rp.2.000.000 dan tidak dapat melakukan transfer keluar saldo (*transfer out*).

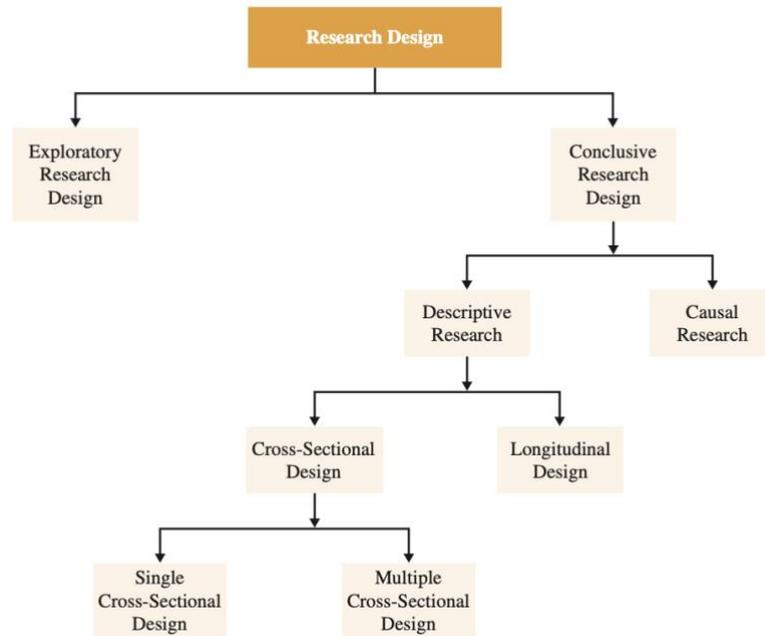
### 2. *Full Service*

Pengguna yang telah mendaftar di aplikasi dompet digital LinkAja dapat menaikkan status pengguna nya menjadi pengguna *full service* dengan cara mengisi e-KYC (*electronic know your customer*) berupa data pribadi seperti nomor identitas kependudukan dan verifikasi wajah secara online. Pengguna yang telah mendapatkan status pengguna full service dapat menggunakan layanan LinkAja yang lebih banyak seperti saldo maksimum Rp.10.000.000 dan dapat melakukan penarikan dana dari aplikasi.

### 3. Akun Syariah

Pada akun Syariah, LinkAja menyesuaikan standar pelayanan agar sesuai dengan kaidah yang berlaku dalam sistem keuangan Syariah. Akun Syariah dapat dinikmati oleh pengguna LinkAja baik yang terdaftar sebagai basic service maupun full service.

### 3.2 Desain Penelitian



Sumber: (Malhotra & Dash, 2016)

**Gambar 3.3 *Research Design***

*Research design* atau desain penelitian adalah sebuah kerangka dalam melakukan proyek penelitian dalam pemasaran. Hal ini dilakukan untuk menetapkan rincian prosedur yang diperlukan untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menyusun dan / atau memecahkan masalah riset pemasaran (Malhotra & Dash, 2016). Secara klasifikasi, terdapat 2 jenis desain penelitian, diantaranya adalah:

1. *Exploratory Research Design* (desain penelitian eksplorasi).

Dalam desain penelitian eksplorasi, yang menjadi objektif utama dari penelitian tersebut adalah untuk memberikan gambaran secara umum dan pemahaman kepada peneliti. Penelitian ini umumnya memerlukan

penelitian lanjutan baik secara eksplorasi atau secara konklusif (berkesimpulan) (Malhotra & Dash, 2016).

2. *Conclusive Research Design* (desain penelitian berkesimpulan).

Dalam konsep *conclusive research design*, objektif dari penelitian tersebut berupa hipotesis yang spesifik serta menguji hubungan antara variabel yang diukur dalam hipotesis tersebut. Hasil dari penelitian ini konklusif (berkesimpulan) dan dapat digunakan untuk melakukan pengambilan keputusan (Malhotra & Dash, 2016). Dalam desain penelitian konklusif, dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

a. *Descriptive Research*

*Descriptive research* digunakan untuk menjelaskan sesuatu, umumnya karakteristik pasar dan fungsi. *Descriptive research* dapat dijalankan untuk mengetahui profil dari populasi serta tingkah laku dari populasi tersebut (Malhotra & Dash, 2016). Dalam *descriptive research* dapat dibagi menjadi 2 berdasarkan dimensi waktu:

1. *Cross-Sectional Design*

*Cross-sectional design* merupakan desain penelitian yang paling sering digunakan pada *descriptive research* pemasaran. *Cross-sectional design* meliputi pengumpulan informasi dari elemen sampel populasi hanya sekali saja. Desain penelitian ini juga disebut sebagai *sample survey research design* (desain penelitian

survei sampel) (Malhotra & Dash, 2016). Pada *cross-sectional design* dapat dibagi menjadi 2 yaitu:

- i. *Single Cross-Sectional Design*, merupakan bagian dari *cross-sectional design* yang dimana satu sampel responden diambil dari populasi sasaran dan informasi diperoleh dari sampel ini satu kali (Malhotra & Dash, 2016).
- ii. *Multiple Cross-Sectional Design*, merupakan bagian dari *cross-sectional design* yang dimana terdapat dua atau lebih sampel responden, dan informasi dari setiap sampel hanya diperoleh satu kali (Malhotra & Dash, 2016).

2. *Longitudinal Design* merupakan jenis desain penelitian yang melibatkan sampel tetap dari elemen populasi yang diukur berulang kali. Sampel tetap sama dari waktu ke waktu, sehingga memberikan serangkaian gambar yang, jika dilihat bersama, menggambarkan ilustrasi yang jelas tentang situasi dan perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu (Malhotra & Dash, 2016).

b. *Causal Research*

*Causal research* juga disebut penelitian eksplanatori, adalah penyelidikan (penelitian) hubungan sebab-akibat. Untuk menentukan kausalitas, penting untuk mengamati variasi pada variabel yang diasumsikan menyebabkan perubahan pada

variabel lain, kemudian mengukur perubahan pada variabel lainnya (Malhotra & Dash, 2016).

Pada penelitian ini, penulis memilih untuk menggunakan tipe desain penelitian yaitu *conclusive research design* dikarenakan peneliti ingin mengetahui relasi atau hubungan antar variabel. Dengan menggunakan metode *descriptive research* untuk mengetahui permasalahan dari fenomena yang terjadi di pasar. Metode pengambilan data menggunakan *cross-sectional design* yang hanya mengambil sampel responden sekali dari sampel responden yang ada dalam populasi yang dipilih (*single cross-sectional design*) (Malhotra & Dash, 2016). Metode survei yang digunakan adalah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Responden dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dengan memberikan nilai dari setiap pernyataan dengan skala 1 hingga 7 (*likert scale*). Dengan perhitungan skala 1 menunjukkan bahwa responden sangat tidak setuju atas pernyataan yang diberikan, skala 4 menunjukkan responden netral terhadap pernyataan yang diberikan, skala 7 menunjukkan responden merasa sangat setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

### **3.3 Data Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memerlukan data penelitian yang sesuai dengan kriteria penelitian. Menurut Malhotra & Dash (2016), terdapat dua kategori data dalam melakukan penelitian diantaranya adalah:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dihimpun oleh peneliti dengan tujuan spesifik dalam menjelaskan sebuah masalah yang akan diteliti. Pengumpulan

data primer umumnya lebih mahal dan memakan waktu yang relatif lebih lama (Malhotra & Dash, 2016).

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan sebelumnya untuk keperluan lain di luar dari menjelaskan masalah yang akan diteliti. Data sekunder dapat ditemukan cepat dan biaya yang murah. Data sekunder dapat ditemukan pada jurnal – jurnal dan sumber data lainnya. Sebagai perbandingan terhadap data primer, data sekunder umumnya lebih cepat dan mudah ditemukan, dengan biaya yang rendah dan dengan waktu yang relatif lebih singkat (Malhotra & Dash, 2016).

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang penulis peroleh dengan cara menyebar kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria. Pengumpulan data dengan metode penyebaran kuesioner adalah menggunakan metode *non-probability sampling* dengan metode *judgmental sampling*.

Untuk data sekunder yang penulis masukkan kedalam penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder yang berasal dari jurnal, laman web, artikel, buku dan sumber data yang kredibel lainnya. Kemudian berdasarkan data pendukung ini, penulis dapat menyusun kuesioner yang kemudian penulis bagikan kepada responden.

### **3.4 Sampling Design Process**

Menurut Malhotra & Dash (2016), terdapat 5 langkah dalam melakukan proses sampling pada penelitian :

1. Target Populasi

Menentukan target populasi yang ingin dijadikan responden dalam sebuah penelitian. Target populasi harus ditentukan secara spesifik apakah sebuah populasi cocok digunakan sebagai target dalam penelitian tersebut.

2. Sampling Frame

Dalam sampling frame, dapat digunakan untuk menentukan populasi mana yang dapat dilakukan sampling. Sampling frame tidak bersifat wajib.

3. Teknik Sampling

Penulis memilih teknik sampling dalam penelitian.

4. Ukuran Sampel

Penulis menentukan ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

5. Eksekusi

Penulis dapat melakukan proses sampling sesuai rencana dan kriteria yang telah ditentukan diatas.

#### **3.4.1 Target Populasi**

Target populasi dalam sebuah penelitian merupakan sekumpulan elemen dan objek yang di dalamnya terdapat informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dalam menyimpulkan hasil dari sebuah penelitian (Malhotra & Dash, 2016).

Pada penelitian ini, penulis memilih target populasi masyarakat yang tinggal di wilayah Republik Indonesia, berusia 15 – 44 tahun, mengetahui aplikasi dompet *digital* LinkAja, memiliki aplikasi LinkAja, namun belum pernah bertransaksi menggunakan aplikasi dompet *digital* LinkAja.

Peneliti memilih populasi masyarakat dengan kategori usia 17-44 dikarenakan kategori usia tersebut termasuk sebagai golongan *millenials* dan Gen Z. Dikarenakan batasan usia penggunaan dompet *digital* adalah 15 tahun. Maka sebagai batas bawah, peneliti menggunakan angka 15 tahun dan sebagai batas atas peneliti memilih responden dengan usia maksimum 44 tahun sebagai responden.

Pengkategorian *millenials* dilakukan peneliti berdasarkan artikel dari Harvard Business School (2020) yang menyatakan bahwa *millenials* merupakan seseorang yang lahir pada tahun 1977 hingga 1997. Pemilihan populasi dimulai dari usia 15 dikarenakan menurut penelitian yang dilakukan oleh Sulistyowati *et. al.*, (2020) memiliki intensitas penggunaan yang tinggi (mewakili 66.67%).

#### **3.4.2 Sampling Unit**

Menurut Malhotra & Dash (2016), sampel atau sampling unit merupakan unit yang mengandung elemen dari populasi yang dapat dijadikan sampel.

Dalam penelitian ini, yang menjadi *sampling unit* adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat Indonesia.

2. Berada di seluruh wilayah di Republik Indonesia.
3. Pria atau wanita berusia 15 – 44 tahun.
4. Mengetahui aplikasi dompet *digital* LinkAja.
5. Sudah memiliki aplikasi dompet *digital* LinkAja.
6. Belum pernah melakukan transaksi menggunakan dompet *digital* LinkAja.

#### **3.4.3 Time Frame**

Time frame merupakan rentang waktu penelitian yang dimiliki oleh peneliti dalam melakukan penelitian. *Time frame* yang dimiliki oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah Agustus 2020 hingga Maret 2021. Penyebaran kuesioner dilakukan mulai bulan Februari 2020.

#### **3.4.4 Sampling Technique**

Teknik sampling dapat diklasifikasikan secara meluas dengan pembagian *probability* dan *nonprobability sampling*:

1. *Probability sampling*, adalah prosedur pengambilan sampel dimana setiap elemen populasi memiliki peluang probabilistik tetap untuk dipilih sebagai sampel. Dengan menggunakan teknik ini, peneliti dapat melakukan proses seleksi kepada sampel yang ada dalam penelitian.
2. *Nonprobability sampling*, pada teknik sampling ini tidak semua orang dapat menjadi responden dalam sebuah penelitian. Penelitian ini mengandalkan penilaian secara pribadi peneliti.

Menurut Malhotra & Dash (2016), terdapat 4 teknik dalam *non-probability sampling* yang dapat digunakan dalam penelitian, diantaranya adalah:

1. *Convenience sampling*, adalah sebuah metode sampling non-probabilitas dimana kelompok awal dari responden dipilih secara acak. Pada umumnya pemilihan responden adalah ketika responden kebetulan berada di area yang mudah dijangkau oleh peneliti. Kelebihan dari *convenience sampling* adalah biaya yang lebih murah dan waktu yang dibutuhkan relatif lebih sedikit (Malhotra & Dash, 2016).
2. *Judgmental sampling*, adalah bentuk dari *convenience sampling* dimana elemen dari populasi dipilih berdasarkan penilaian dari peneliti. Seorang peneliti dapat memilih seseorang sebagai kelompok responden berdasarkan penilaian apakah seseorang dalam sebuah kelompok tersebut termasuk kedalam kriteria tertentu. Misalnya: tes pasar dipilih untuk menentukan potensial sebuah produk. Penelitian secara *judgmental sampling* memerlukan biaya yang rendah, murah dan cepat, namun seorang peneliti tidak dapat menentukan penilaian secara semena – mena. Penilaian oleh peneliti dianggap krusial dalam menentukan hasil dari penelitian ini (Malhotra & Dash, 2016).
3. *Quota sampling*, dapat dianggap sebagai *judgmental sampling* dua-langkah. Dalam *quota sampling*, penentuan

sampel dapat dibagi menjadi dua tahap. Tahap pertama meliputi pengembangan kategori kontrol, atau kuota dari elemen populasi. Untuk mengembangkan kuota ini, peneliti menilai karakteristik dan menentukan distribusi dari karakter ini di dalam target populasi. Kemudian pada tahap kedua dapat dilanjutkan dengan cara *convenience* dan *judgmental* (Malhotra & Dash, 2016).

4. *Snowball sampling*, pada awalnya sekelompok responden dipilih oleh peneliti, umumnya secara acak. Setelah melakukan interview / mengisi kuesioner, responden tersebut diminta untuk memberikan rujukan tentang orang yang bakal cocok untuk mengisi kuesioner ini. Orang berikutnya juga dilakukan hal yang sama. Ini dapat menyebabkan proses pengisian kuesioner dilakukan secara gelombang dengan rujukan dengan rujukan lainnya, hal ini membuat efek bola salju (Malhotra & Dash, 2016).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *judgment sampling*, dimana dengan teknik *sampling* ini menggunakan cara memilih sampel berdasarkan karakteristik yang telah ditetapkan sebagai target responden yang akan mengisi suatu kuesioner berdasarkan fenomena yang ingin peneliti teliti. Pada penelitian ini memerlukan syarat pria atau wanita yang berusia 15 – 44 tahun, responden mengetahui aplikasi

dompet *digital* LinkAja, sudah memiliki aplikasi LinkAja, namun belum pernah menggunakan aplikasi LinkAja untuk bertransaksi.

#### **3.4.5 Sampling Size**

Ukuran sampel atau *sampling size* merupakan jumlah elemen yang termasuk kedalam sebuah penelitian (Malhotra & Dash, 2016). Dalam penentuan jumlah sampel, peneliti menggunakan teori dari Hair et al, (2014). Di dalam teori tersebut, dinyatakan bahwa penentuan sampel sesuai dengan jumlah pertanyaan yang dipakai di dalam kuesioner penelitian. Dengan asumsi  $n$  (jumlah pertanyaan / item *measurement*) x 5 observasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan 21 item *measurement* untuk mengukur 5 variabel. Sehingga jumlah responden yang diperlukan oleh peneliti adalah 105 responden.

#### **3.4.6 Prosedur Pengumpulan Data**

Prosedur pengumpulan data merupakan hal yang wajib dilakukan dalam sebuah penelitian. Untuk menjawab sebuah fenomena dan menyelesaikan masalah yang terjadi, diperlukan responden yang cocok dalam sebuah penelitian. Langkah – langkah atau prosedur yang sesuai akan memberikan sebuah hasil penelitian yang memiliki dampak terhadap pembaca maupun peneliti. Agar objektivitas dapat tercapai, maka diperlukan prosedur–prosedur tertentu dalam sebuah penelitian, diantaranya adalah:

1. Mencari fenomena yang sedang terjadi pada industri, kemudian menelusuri fenomena tersebut untuk mendapatkan data sekunder mengenai keadaan fenomena tersebut. Dari informasi tersebut, peneliti dapat gunakan untuk menentukan dan menyusun kerangka penelitian.
2. Berdasarkan kerangka penelitian yang dipilih, peneliti dapat menyusun kuesioner yang terdiri dari *measurement item* yang ditarik dari hipotesis hubungan antar variabel dengan variabel lainnya.
3. Kuesioner ini kemudian disebar kepada responden yang sesuai dengan kriteria dari penelitian secara terbatas (30 responden). Setelah mendapat hasil dari responden terbatas, kemudian dilakukan *running data* secara terbatas untuk memastikan *measurement item* yang dipilih adalah valid. Kemudian penulis melakukan pemilihan kata – kata agar dapat lebih mudah dimengerti.
4. Kemudian penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada 105 responden agar sesuai dengan syarat minimum dari jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
5. Setelah terkumpul data dari hasil responden, kemudian data tersebut dianalisis oleh peneliti dengan menggunakan metode regresi linear berganda dengan menggunakan perangkat lunak Lisrel 8.80.

### **3.5 Identifikasi Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel laten, di mana pada semua variabel tersebut memiliki konsep abstrak dan tidak dapat diukur secara umum. Pada penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yaitu: Variabel Independen dan Variabel Dependen. Di mana kedua variabel memiliki peran mempengaruhi dan saling mempengaruhi antar satu variabel dengan variabel lainnya.

#### **3.5.1 Variabel Independen**

Variabel independen adalah variabel yang dapat dimanipulasi oleh peneliti dan yang pengaruhnya diukur dan dibandingkan. Variabel ini, juga dikenal sebagai perlakuan. Variabel ini dapat mempengaruhi variabel lain, namun tidak dapat dipengaruhi oleh variabel lain (Malhotra & Dash, 2016). Di dalam penelitian ini, yang termasuk ke dalam variabel independen yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*.

#### **3.5.2 Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah variabel yang mengukur dampak dari variabel independen terhadap unit test. Variabel ini dapat dipengaruhi oleh variabel lain, namun tidak dapat mempengaruhi variabel lainnya (Malhotra & Dash, 2016). Di dalam penelitian ini, yang termasuk ke dalam variabel dependen adalah *intention to use mobile wallet*.

#### **3.5.3 Variabel Teramati**

Variabel teramati atau *observed variabel*, merupakan variabel yang dapat diukur secara langsung (Everitt & Skrondal, 2010). Di dalam

penelitian ini terdapat 23 variabel teramati atau disebut sebagai *measurement item*.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Pada penelitian ini, peneliti menetapkan variabel – variabel yang dapat digunakan untuk penelitian. Untuk mengukur variabel – variabel tersebut diperlukan indikator – indikator yang sesuai untuk mengukur setiap variabel secara akurat. Fungsi dari indikator adalah agar memudahkan untuk pengukuran persepsi dari variabel – variabel yang diukur. Indikator ini peneliti buat berdasarkan teori yang telah didapatkan dan definisi yang berasal dari berbagai jurnal. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala pengukuran *likert scale* 1 – 7. Dengan skala 1 mengindikasikan pernyataan tersebut sangat tidak setuju oleh responden dan dengan skala 7 mengindikasikan responden sangat setuju dengan pernyataan yang diberikan. Berikut definisi operasional variabel yang dipakai pada penelitian ini:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Kode Measurement	Measurement	Sumber	Scaling Technique
<i>Performance Expectancy</i>	<i>Performance Expectancy</i> diartikan sebagai sejauh mana	PE1	1. Saya percaya dompet digital LinkAja berguna untuk membeli sebuah produk.	Venkatesh et al., (2012)	<i>Likert Scale</i> 1-7

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel (lanjutan)

	penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat bagi konsumen dalam melakukan aktifitas tertentu (Venkatesh et al., 2012)	<b>PE2</b>	2. Menggunakan layanan dompet digital LinkAja menjadikan saya pelanggan yang lebih baik		
		<b>PE3</b>	3. Menggunakan layanan dompet digital LinkAja akan memudahkan saya untuk membeli sebuah produk.		
		<b>PE4</b>	4. Layanan dompet digital LinkAja dapat membantu saya dalam menghemat uang ketika berbelanja.		
		<b>PE5</b>	6. Layanan dompet digital LinkAja membantu saya dalam menghemat waktu ketika berbelanja		
<b><i>Effort Expectancy</i></b>	<i>Effort Expectancy</i> adalah tingkat	<b>EE1</b>	1. Menggunakan layanan yang ditawarkan dompet	Venkatesh et al., (2012)	<i>Likert Scale 1-7</i>

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel (lanjutan)

kemudahan yang terkait dengan penggunaan teknologi oleh konsumen		digital LinkAja tidak membuat saya merasa tertekan.
	<b>EE2</b>	2. Saya percaya dompet digital LinkAja akan mudah digunakan.
	<b>EE3</b>	3. Saya merasa dapat membeli produk dengan mudah menggunakan layanan dompet digital LinkAja
	<b>EE4</b>	4. Saya merasa dapat menggunakan layanan dompet digital LinkAja tanpa melalui arahan tutorial.
	<b>EE5</b>	5. Mudah bagi saya untuk menguasai penggunaan layanan dompet digital LinkAja

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel (lanjutan)

<b><i>Social Influence</i></b>	<b><i>Social Influence</i></b> adalah sejauh mana konsumen memandang bahwa orang lain yang penting (misalnya, keluarga dan teman) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu.	<b>SI1</b>	1. Orang yang penting bagi saya (teman, keluarga atau kerabat dekat saya) berpikir saya harus menggunakan layanan dompet digital LinkAja.	Venkatesh et al., (2012)	<i>Likert Scale</i> 1-7
		<b>SI2</b>	2. Orang yang berada di lingkungan saya berpikir bahwa saya harus menggunakan dompet digital LinkAja.		
		<b>SI3</b>	3. Menggunakan layanan dompet digital LinkAja akan mencerminkan kepribadian saya kepada orang lain.		
		<b>SI4</b>	4. Saya menggunakan layanan dompet digital LinkAja karena teman		

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel (lanjutan)

			- teman saya menggunakannya.		
		<b>SI5</b>	5. Saya akan menggunakan layanan dompet digital LinkAja jika layanan tersebut banyak digunakan oleh masyarakat.		
<b><i>Facilitating Conditions</i></b>	<i>Facilitating Conditions</i> merujuk pada persepsi konsumen tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk melakukan suatu perilaku.	<b>FC1</b>	1. Saya memiliki cukup pengetahuan untuk menggunakan layanan dompet digital LinkAja untuk membeli produk.	Venkatesh et al., (2012)	<i>Likert Scale</i> 1-7
		<b>FC2</b>	2. Saya merasa saat ini banyak vendor yang menerima layanan dompet digital LinkAja.		
		<b>FC3</b>	3. Saya dapat menerima dukungan ketika menghadapi		

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel (lanjutan)

			masalah dalam penggunaan layanan dompet digital LinkAja.		
<b><i>Intention to Use</i></b>	<i>Intention to Use</i> <i>didefinisikan sebagai intensi / niat penggunaan sebuah teknologi oleh penggunanya.</i>	<b>IU1</b>	1. Saya akan menggunakan pembayaran menggunakan dompet digital LinkAja di masa yang akan datang.	(Cabanillas, Maroto, Leiva, & Luna, 2020)	<i>Likert Scale</i> <i>1-7</i>
		<b>IU2</b>	2. Saya akan menggunakan pembayaran menggunakan dompet digital LinkAja ketika ada kesempatan.		
		<b>IU3</b>	3. Saya akan terus menggunakan metode pembayaran menggunakan dompet digital LinkAja di keseharian saya.		

### **3.7 Teknik Pengolahan Data Analisis**

Dalam tahap penelitian ini, penulis harus melakukan pengujian terhadap variabel yang akan digunakan terlebih dahulu untuk mengetahui valid atau tidaknya data yang akan diolah. Teknik pengolahan data ini dapat digunakan untuk menguji reliabilitas sebuah variabel berdasarkan data konsistensi yang didapatkan dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden.

#### **3.7.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik dasar seperti tendensi sentral, distribusi, dan variabilitas (Zikmund & Griffin, 2009). Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk mengelompokkan seluruh jawaban dari kuesioner yang didapatkan dari responden. Skala interval adalah skala yang memiliki nilai secara nominal maupun ordinal, skala interval juga dapat menangkap informasi mengenai konsep kuantitas yang digunakan untuk mengamati sebuah objek (Zikmund & Griffin, 2009). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala interval untuk menggambarkan perilaku *intention to use dompet digital LinkAja*.

#### **3.7.2 Uji Validitas**

Menurut Malhotra & Dash (2016), validitas skala dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan yang sebenarnya antara objek pada karakteristik yang diukur, daripada kesalahan sistematis atau acak (Malhotra & Dash, 2016). Pada dasarnya uji validitas mengacu pada

sejauh mana korespondensi antara variasi dalam skor pada instrumen dan variasi antara responden yang sedang diteliti.

Tabel 3.2 Syarat Uji Validitas

No.	Ukuran Validitas	Syarat yang Harus
1.	<i>Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)</i> digunakan untuk mengukur kecukupan sampling. Indeks KMO digunakan untuk memeriksa kesesuaian analisis faktor (Malhotra & Dash, 2016).	Nilai KMO 0.5 – 1.0 untuk menetapkan analisis faktor telah lolos uji validitas ( <i>high value</i> ). Nilai KMO dibawah 0.5 menandakan bahwa analisis faktor tidak lolos (Malhotra & Dash, 2016).
2.	<i>Sig Bartlett's Test</i> digunakan untuk mengukur signifikansi keseluruhan dari sebuah populasi (Hair <i>et.al.</i> , 2019)	Hasil uji nilai <i>Sig Bartlett's Test</i> $\delta$ 0.05 mengindikasikan bahwa terdapat korelasi yang cukup diantara variabel (Hair <i>et.al.</i> , 2019)
3.	<i>Anti-image correlation matrix</i> merupakan uji korelasi antar variabel yang menjelaskan satu sama lainnya dalam	Nilai <i>Measure of Sampling Adequacy (MSA)</i> harus memiliki nilai diatas 0.50. Apabila nilai MSA yang didapatkan dibawah 0.5 maka

	bentuk hasil (Hair <i>et.al.</i> , 2019).	diperlukan perbaikan agar nilai MSA mencapai angka 0.50 (Hair <i>et.al.</i> , 2019).
4.	<i>Factor loading of component matrix</i> adalah korelasi antar variabel dan faktor dan penting digunakan untuk menentukan pembebanan dalam menginterpretasikan matriks faktor (Hair <i>et.al.</i> , 2019).	<p>Penilaian dari <i>factor loading</i> dapat dinilai dengan kriteria sebagai berikut :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Factor loading</i> dibawah 0.10 dinilai tidak dapat digunakan untuk mengukur struktur simpel.</li> <li>● <i>Factor loading</i> dengan nilai 0.30 hingga 0.40 dinilai memenuhi level minimal dalam menginterpretasi sebuah struktur.</li> <li>● <i>Factor loading</i> dengan nilai 0.50 keatas dinilai signifikan secara praktis.</li> <li>● <i>Factor Loading</i> dengan nilai diatas 0.70 dinilai menunjukkan struktur</li> </ul>

		yang terdefinisi dengan baik dan merupakan tujuan dari analisis faktor apapun (Hair <i>et.al.</i> , 2019).
--	--	--

### 3.7.3 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana hasil dari pengukuran dari sebuah skala yang konsisten jika pengukuran berulang dilakukan. Reliabilitas dinilai dengan menentukan proporsi variasi sistematis dalam suatu skala. Ini dilakukan dengan menentukan hubungan antara skor yang diperoleh dari skala yang berbeda. Jika asosiasinya tinggi, skala tersebut menghasilkan hasil yang konsisten dan karena itu dapat diandalkan (Malhotra & Dash, 2016).

### 3.7.4 Metode Structural Equation Modeling (SEM)

*Structural Equation Modeling* (SEM) adalah prosedur untuk memperkirakan serangkaian hubungan ketergantungan antara sekumpulan konsep atau konstruksi yang diwakili oleh beberapa variabel terukur dan dimasukkan ke dalam model terintegrasi (Malhotra & Dash, 2016). SEM dapat menguji:

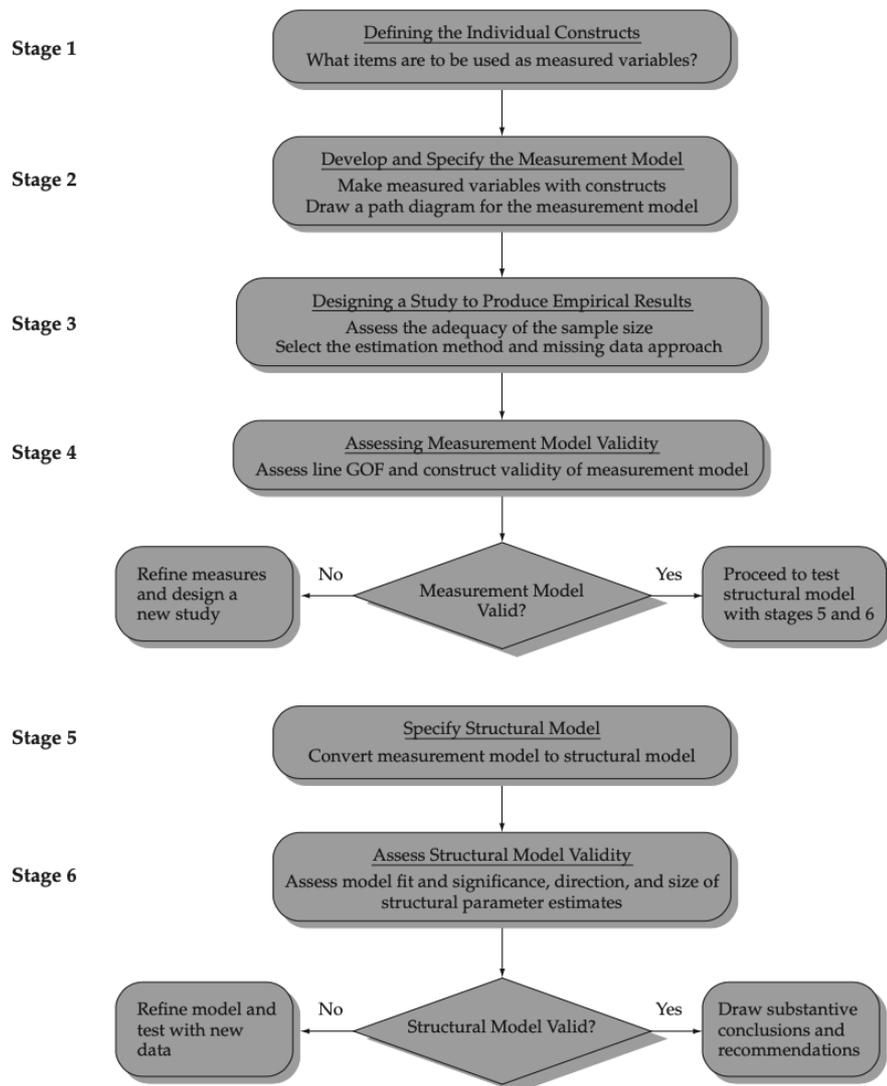
1. Model *measurement*: menggambarkan teori yang menggambarkan variabel yang diamati untuk setiap konstruk (laten) dan penilaian validitas.

2. Model *structural*: menggambarkan teori bagaimana antar konstruk berhubungan dengan satu dan lainnya, kerap kali dengan beberapa hubungan ketergantungan.

### 3.7.5 Langkah – Langkah Dalam Analisa SEM

Dalam proses analisa SEM terdapat beberapa langkah yang dapat dijelaskan dengan Gambar 3.4 (di halaman berikut).

Six-Stage Process for Structural Equation Modeling



Gambar 3.4 Langkah Analisa SEM

Sumber: Hair *et.al.*, 2019

### 3.7.6 Kecocokan Pengukuran Data

#### 3.7.6.1 Evaluasi Measurement Model (Outer Model)

Menurut Haryono (2012), perlu dilakukan evaluasi atau uji kecocokan dari setiap konstruk atau model pengukuran (hubungan antara sebuah variabel laten dengan variabel teramati / indikator) secara terpisah yang terbagi menjadi 2:

a. Evaluasi terhadap validitas (*validity*) dari model pengukuran.

Menurut Haryono (2016), untuk mengukur validitas dapat menggunakan nilai *factor loading*. *Factor loading* dengan nilai 0.50 keatas dinilai valid (Hair et.al., 2019). Apabila tidak valid maka indikator atau dimensi tersebut dapat dibuang dari analisis selanjutnya.

b. Evaluasi terhadap reliabilitas (*reliability*) dari model pengukuran.

Reliabilitas adalah indikator konsistensi internal dalam sebuah konstruk. Hasil reliabilitas yang tinggi dapat memberikan keyakinan bahwa indikator tersebut konsisten dengan pengukurannya. Nilai reliabilitas yang dapat diterima secara umum adalah  $> 0.70$  sedangkan untuk reliabilitas yang bersifat eksploratori, nilai yang dapat diterima dapat  $< 0.70$  (Haryono, 2016). Terdapat ukuran reliabilitas lainnya yang dapat dipakai yaitu *variance*

*extracted* yang digunakan sebagai pelengkap dari *construct reliability*. Angka yang direkomendasi untuk nilai *variance extracted* adalah  $> 0.50$  (Haryono, 2016). Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung *construct reliability* dan *variance extracted* adalah:

a. Nilai Construct Reliability (CR)  $> 0.70$

$$\text{Construct} = \frac{(\sum \text{std loading})^2}{(\sum \text{std loading})^2 + \Sigma}$$

Sumber: Haryono, 2016

b. Nilai Variance Extracted  $> 0.50$

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\Sigma \text{std loading}^2}{\Sigma \text{std loading}^2 + \Sigma \epsilon_j}$$

Sumber: Haryono, 2016

### 3.7.6.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Dalam penelitian SEM, evaluasi model struktural dapat menggunakan *coefficient of determination* ( $R^2$ ). Kriteria penting pertama untuk menilai model struktural PLS-SEM adalah untuk mengevaluasi setiap koefisien determinasi variabel laten endogen ( $R^2$ ).  $R^2$  mengukur hubungan variabel laten menjelaskan varians dengan total variansnya. Kriteria nilai 0.67

dianggap cukup substansial, nilai 0.333 merupakan rata – rata dan nilai 0.19 dianggap lemah (Mohammed, et.al., 2018).

### 3.8 Uji Hipotesis

Dalam melakukan uji hipotesis, peneliti dapat menggunakan nilai dari *T-statistic* dan *P-value* dalam menentukan standar kriteria suatu hipotesis dapat diterima maupun ditolak.

#### 3.4.1 *t – Statistic*

*t-statistic* adalah uji statistik yang digunakan untuk membandingkan rata-rata dua kelompok. *t-statistic* sering digunakan dalam pengujian hipotesis untuk menentukan apakah suatu proses atau perlakuan benar-benar berpengaruh pada populasi yang diminati, atau apakah dua kelompok berbeda satu sama lain (Bevans, 2020). Nilai *T-statistic* yang diinginkan adalah  $>1.96$  (Kock, N., 2016).

#### 3.4.2 *p – Value*

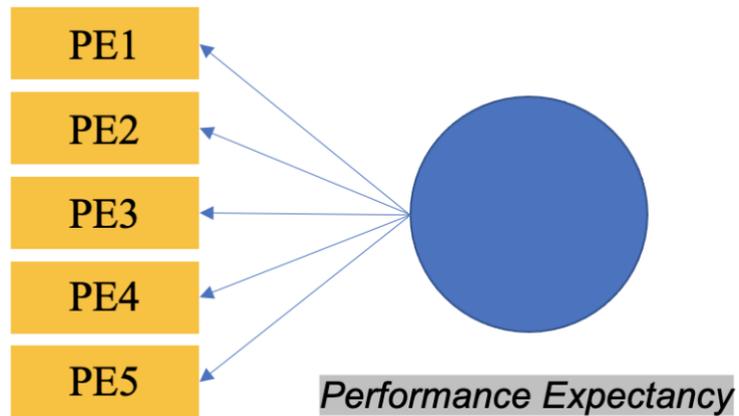
*p-value* digunakan untuk mengukur signifikansi antar variabel. Nilai *p-value* yang diinginkan adalah  $\delta 0.05$ . Dikarenakan tingkat *error* yang terjadi dibawah 0.05.

### 3.9 Model Pengukuran

Berdasarkan variabel yang diukur pada penelitian ini, maka peneliti menggunakan 5 (lima) model pengukuran, yaitu:

1. *Performance Expectancy*

Terdiri dari 5 *measurement item* di dalam pengukuran ini, dimana *measurement* yang merupakan bagian dari variabel *performance expectancy*.

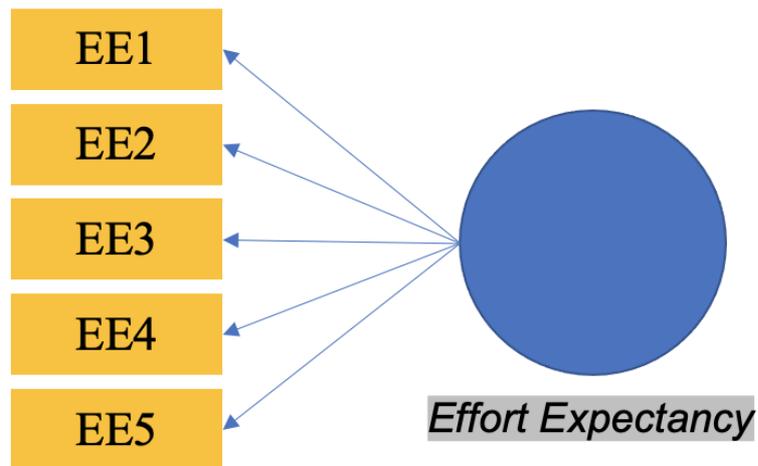


Gambar 3.5 Model Pengukuran *Performance Expectancy*

Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)

## 2. *Effort Expectancy*

Terdiri dari 5 *measurement item* di dalam pengukuran ini, dimana *measurement* yang merupakan bagian dari variabel *effort expectancy*.

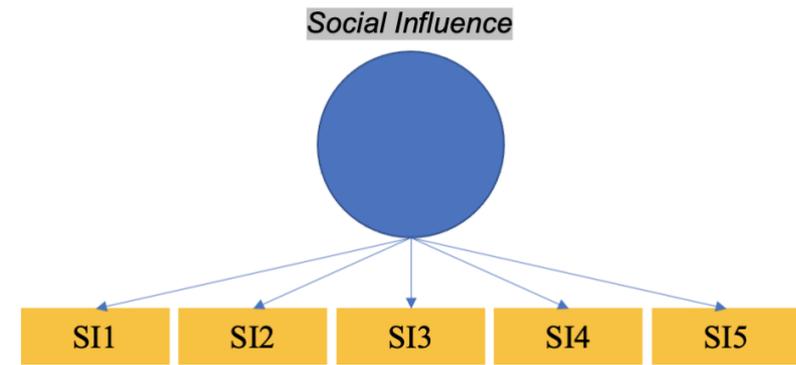


Gambar 3.6 Model Pengukuran *Effort Expectancy*

Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)

## 3. *Social Influence*

Terdiri dari 5 *measurement item* di dalam pengukuran ini, dimana *measurement* yang merupakan bagian dari variabel *social influence*.

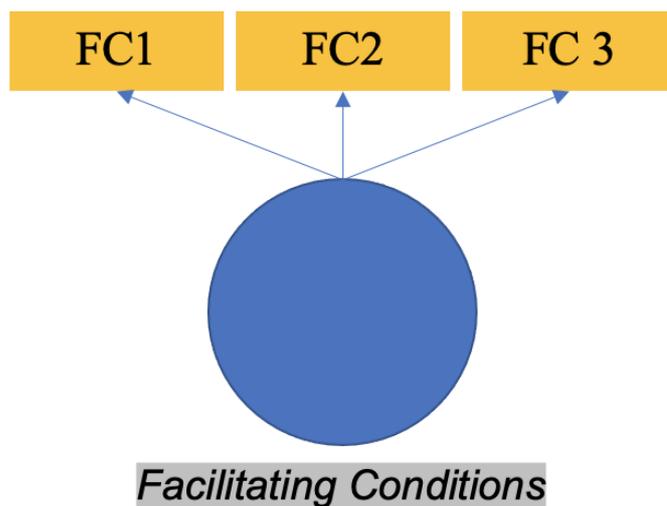


Gambar 3.7 Model Pengukuran *Social Influence*

Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)

#### 4. *Facilitating Conditions*

Terdiri dari 3 *measurement item* di dalam pengukuran ini, dimana *measurement* yang merupakan bagian dari variabel *facilitating conditions*.

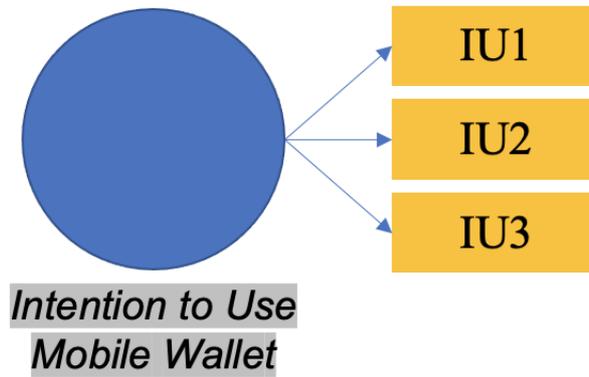


Gambar 3.8 Model Pengukuran *Facilitating Conditions*

Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)

#### 5. *Intention to Use*

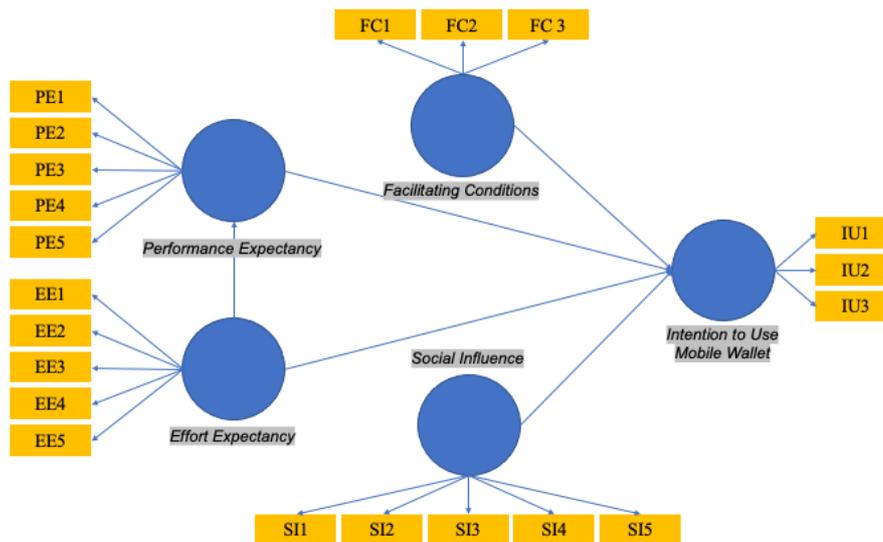
Terdiri dari 3 *measurement item* di dalam pengukuran ini, dimana *measurement* yang merupakan bagian dari variabel *intentions to use*.



Gambar 3.9 Model Pengukuran *Intention to Use*

Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)

### 3.4.1 Model Keseluruhan



Gambar 3.10 Model Keseluruhan

Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)