



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



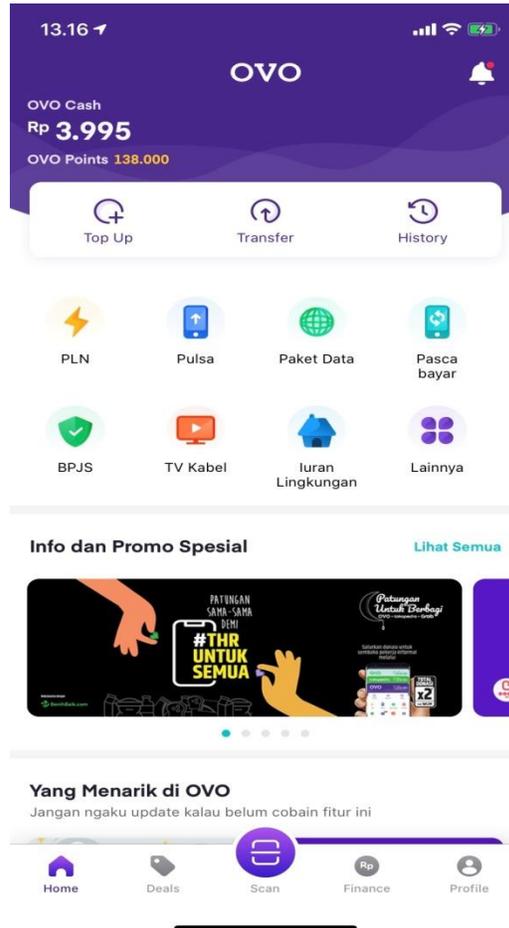
Gambar 3. 1 Lambang OVO

Sumber: ovo.id

OVO merupakan uang elektronik yang diterbitkan oleh PT.visionet international , perusahaan ini merupakan besutan dari Grup lippo yaitu LippoX yang merupakan divisi yang bergerak pada bisnis *mobile payment* milik grup lippo. Aplikasi OVO ini di luncurkan pada bulan Maret 2017. Dalam berbagai informasi OVO ini merupakan aplikasi yang mencoba untuk mengakomodasi berbagai kebutuhan dalam pembayaran online atau *cashless*. Aplikasi OVO ini tersedia bagi platform di *smartphone* android dan ios. OVO menggunakan sistem reward point, yang bertujuan untuk menjaga konsumen agar ingin terus menggunakan pembayaran *mobile payment* menggunakan OVO.

Aplikasi OVO adalah salah satu platform yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk bertransaksi melaluin sistem *cashless* atau pembayaran online yang

didalamnya terdapat OVO cash yang merupakan nama saldo pada aplikasi OVO konsumen yang merupakan sejumlah uang elektronik yang dapat digunakan oleh konsumen OVO.



Gambar 3. 2 Fitur - Fitur pada Aplikasi OVO

Sumber: Aplikasi OVO

Pada gambar 3.2, dapat dilihat gambar tersebut merupakan fitur – fitur yang tersedia pada aplikasi OVO. Pada aplikasi ini kita bisa melakukan pembelian atau pembayaran seperti PLN, pulsa, BPJS, TV kabel, paket data, pasca bayar dan iuran lingkungan. Selain itu juga, OVO juga bisa digunakan untuk melakukan transaksi

dengan pembayaran Menggunakan OVO di merchant – merchant OVO dengan menggunakan QR-code yang tersedia pada aplikasi tersebut. Untuk melakukan pengisian saldo pengguna bisa melakukannya dengan melalui metode menggunakan transfer bank. Selain digunakan untuk melakukan pembayaran, OVO juga dapat dipakai untuk melakukan transfer dana ke antar bank lain atau ke antar pengguna OVO.

Aplikasi OVO ini juga menawarkan 2 jenis keanggotaan pada OVO, yaitu sebagai berikut:

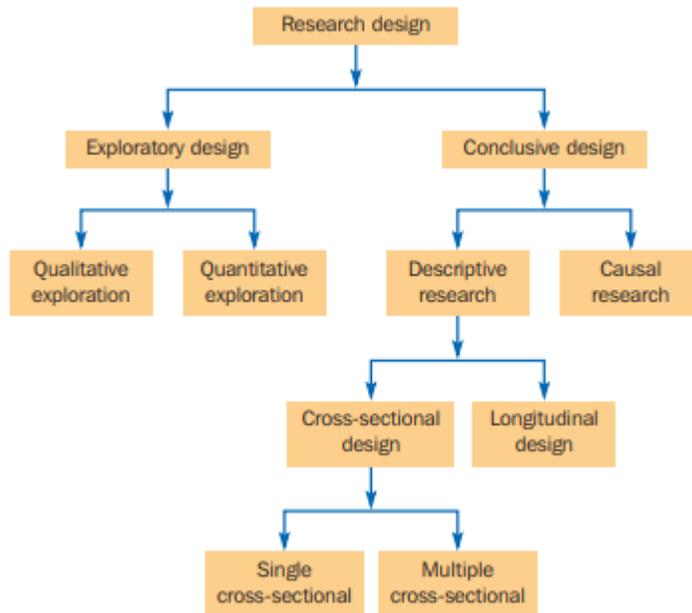
1. OVO Club

Pada pengguna yang berstatus sebagai OVO Club, pengguna hanya bisa mengisi saldo maksimal sebesar Rp.2.000.000.

2. OVO Premier

Pada pengguna yang berstatus sebagai OVO Primer, pengguna bisa memakai aplikasi ovo dengan lebih banyak fitur seperti saldo maksimal sebesar Rp.10.000.000, gratis transfer ke semua bank dan gratis transfer antar sesama pengguna.

3.2 Desain Penelitian



Gambar 3. 3 *Research Design*

Sumber: Malhotra

Design penelitian menurut (Malhotra, 2010) adalah sebuah kerangka yang dibentuk untuk melakukan proyeksi atas suatu riset atau penelitian. Hal tersebut merupakan rincian prosedur yang diperlukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam menyusun dan memecahkan masalah riset pemasaran. Terdapat dua jenis design penelitian, yaitu:

1. *Exploratory Research Desain*

Penelitian pada jenis ini memiliki tujuan utama yaitu untuk memberikan wawasan serta pemahaman akan situasi masalah yang dihadapi oleh sang peneliti (Malhotra, 2010).

2. *Concluive Research Desain*

Penelitian pada jenis ini dirancang untuk mengambil sebuah keputusan yang akan berguna dalam membentuk, menentukan, mengevaluasi dan memilih alternative terbaik dalam proses memecahkan suatu masalah (Malhotra, 2010). *Conclusive research Design*, dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

a. *Descriptive Research*

Descriptive Research digunakan untuk menggambarkan karakteristik suatu kelompok yang relevan, seperti konsumen, tenaga penjualan, organisasi atau area pasar (Malhotra, 2010) *Descriptive Research* dibagi juga menjadi dua yaitu *cross-sectional design* dan *longitudinal design* berdasarkan dimensi waktu.

1. *Cross-sectional design* merupakan jenis penelitian dimana didalam suatu data dari suatu sampel hanya satu kali yang diperoleh dalam satu periode untuk menjawab pertanyaan penelitian (Malhotra, 2010). Pada *Cross-sectional design* ini terbagi menjadi 2 yaitu:

- *Single cross-sectional design* merupakan salah satu *cross-sectional design* yang mengambil satu sampel responden dari populasi sasaran dan informasi yang didapat dari sampel hanya satu kali.
- *Multiple Cross-sectional design* merupakan salah satu *cross-sectional design* yang mempunyai dua atau lebih sampel responden, dan informasi dari masing-masing sampel hanya bisa didapatkan sekali.

2. *Longitudinal design* merupakan jenis penelitian dimana data atau informasi dari suatu sampel dapat diukur secara berulang-ulang kali pada suatu variabel yang sama (Malhotra, 2010)

b. Causal Research

Causal Research digunakan untuk memahami suatu variabel mana yang menjadi penyebab (variabel independen) dan variabel mana yang menjadi efek (variabel dependen) dari sebuah fenomena, bisa dikatakan tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan suatu bukti mengenai hubungan dari sebab dan akibat (Malhotra, 2010).

Penelitian ini menggunakan tipe design yaitu *Conclusive Research Design* karena peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan antar hipotesis. Dengan metode *Descriptive Research* menggunakan metode survei karena penulis ingin mengetahui permasalahan yang ada pada kelompok pasar. Peneliti juga menggunakan metode pengambilan data secara *cross-sectional design* yang hanya mengambil satu sampel responden dari populasi sasaran dan informasi yang didapat dari sampel hanya satu kali (Malhotra, 2010). Metode survei yang digunakan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada para responden agar mereka dapat menjawab pernyataan yang diberikan dengan memberikan nilai pada skala satu sampai lima (likert scale). Dimana perhitungan skala 1 menjawab bahwa responden sangat tidak setuju, skala 2 menjawab bahwa responden kurang setuju, skala 3 menjawab bahwa responden netral, skala 4 menjawab bahwa responden setuju dan skala 5 menjawab bahwa responden sangat setuju. Ke-lima skala yang ada akan membantu responden untuk menjawab sesuai dengan diri responden itu sendiri.

3.3 Data Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, tujuan utama penulis adalah mendapatkan data penelitian yang sesuai. Menurut Malhotra (2010) ada dua kategori data dalam melakukan penelitian diantaranya :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang bisa diperoleh atau di dapat secara langsung oleh peneliti dengan tujuan untuk menyelesaikan suatu masalah di dalam sebuah penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan suatu data yang sudah ada sebelumnya, data yang telah dikumpulkan untuk menyelesaikan suatu masalah di dalam sebuah penelitian. Data sekunder dapat didapatkan dari pihak ketiga ataupun sumber lain yang terpercaya.

Data primer pada penelitian ini di dapat penulis melalui pengumpulan survei yang peneliti lakukan kepada responden yang masuk ke dalam target populasi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan penyebaran kuisioner dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan metode *Jugmental sampling*.

Untuk mendapatkan data sekunder pada penelitian ini penulis menggunakan data pendukung yang berasal dari jurnal, website, article, text book dan sumber data terpercaya lainnya. Berdasarkan data pendukung ini, penulis dapat menyusun kuisioner yang kemudian dibagikan kepada responden.

3.4 Sampling Design Process

Menurut Malhotra (2010), dalam menentukan proses sampling pada penelitian terbagi dalam lima proses diantaranya :

1. Menentukan target populasi yang akan dijadikan responden dalam penelitian.
2. Menentukan sampling frame, dalam menentukan sampling frame bersifat optional tergantung dengan kebutuhan di dalam penelitian.
3. Memilih teknik pengambilan *sampling*.
4. Menentukan jumlah sample yang akan digunakan di dalam penelitian.
5. Proses *sampling design* yaitu mengeksekusi proses *sampling*.

3.4.1 Target Populasi

Populasi dalam penelitian merupakan keseluruhan dari semua elemen yang sejenis dan dapat dibedakan menjadi suatu objek penelitian, dalam melakukan penelitian ini, target populasi yang akan dijadikan sebagai responden dalam penelitian adalah seluruh masyarakat yang tinggal di wilayah Indonesia, berusia diatas 17 tahun, mengetahui aplikasi OVO, mempunyai aplikasi OVO, tetapi belum pernah bertransaksi dengan aplikasi OVO.

3.4.2 Sampling Unit

Sample atau *sampling unit* diperlukan setelah menentukan target populasi. *Sampling unit* merupakan sebuah kumpulan orang yang memiliki

karakteristik yang sama dengan elemen target populasi yang akan dijadikan sampel penelitian. Oleh karena itu, *Sampling unit* dalam penelitian ini adalah:

1. Masyarakat Indonesia
2. Mencangkup seluruh wilayah di Indonesia.
3. Pria atau wanita berusia 17-38 tahun ke atas
4. Mengetahui aplikasi OVO
5. Sudah mempunyai aplikasi OVO
6. Belum pernah melakukan transaksi menggunakan OVO

3.4.3 Time Frame

Menurut Malhotra (2010), *time frame* merupakan *range* waktu penelitian yang dimiliki oleh peneliti sejak mulai dari awal pengumpulan data sampai proses pengolahan data. *Time frame* pada penelitian ini adalah pada bulan Februari hingga Juni tahun 2020, penyebaran kuisisioner dilakukan pada bulan Mei 2020.

3.4.4 Sampling Technique

Menurut Malhotra (2010) dalam teknik penentuan sampling dapat dilakukan melalui dua cara yaitu teknik *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

1. *Probability Sampling*, teknik sampling ini dapat digunakan oleh peneliti untuk melakukan proses seleksi kepada sampel dalam penelitian. Dengan menggunakan teknik ini, siapapun boleh dan mempunyai hak untuk menjadi responden di dalam penelitian.

2. *Non-probability Sampling*, pada teknik sampling ini semua orang tidak dapat untuk menjadi responden di dalam penelitian.

Menurut Malhotra (2010), ada empat teknik pada *non-probability sampling* yang digunakan pada penelitian, diantaranya :

1. *Convenience sampling*, pada teknik ini peneliti dapat menemukan dan mengumpulkan sampel dengan cepat dan biaya yang murah. Dengan menggunakan teknik ini, peneliti dapat memberikan suatu kriteria sampel dalam skala umum sehingga dapat mempermudah bagi peneliti dalam menemukan sampel dengan kriteria yang umum seperti pria atau wanita.
2. *Judgmental sampling*, teknik ini mirip dengan *convenience sampling* namun terdapat suatu tambahan kriteria lain yang menjadi dasar pertimbangan oleh peneliti. *Judgmental sampling* mempunyai kriteria namun lebih khusus, seperti pria yang menggunakan baju warna hitam.
3. *Quota sampling*, teknik ini terdapat dua tahap diantaranya tahap pertama menentukan suatu jumlah kuota dari masing-masing populasi kemudian pada tahap kedua adalah mengambil suatu sampel berdasarkan teknik *convenience* atau *judgmental*.
4. *Snowball sampling*, merupakan suatu penentuan *sampling* yang didasarkan pada suatu referensi responden, para responden diminta untuk mereferensikan orang lain yang sesuai dengan kriteria responden selanjutnya dan dilakukan secara terus menerus seperti pria yang menyukai baju berwarna hitam akan mereferensikan kepada responden yang menyukai baju berwarna hitam juga.

Penelitian ini menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Judgemental Sampling*, dimana teknik *sampling* ini digunakan dengan cara memilih sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang telah ditetapkan terhadap target responden yang akan mengisi suatu kuisisioner berdasarkan tujuan dari masalah penelitian. Peneliti memakai teknik ini karena ada kriteria yang perlu memenuhi syarat seperti pria atau wanita yang berusia diatas 17 tahun, mengetahui aplikasi OVO, sudah mempunyai aplikasi OVO, tetapi belum pernah menggunakan aplikasi OVO untuk bertransaksi.

3.4.5 Sampling Size

Ukuran Sampel atau *Sampling size* merupakan jumlah elemen yang ikut dalam penelitian (Malholtra & Birks, 2010). Penentuan jumlah sampel berdasarkan teori dari Hair et al, (2014) menyatakan bahwa penentuan sampel sesuai dengan banyaknya jumlah dari item pertanyaan yang dipakai didalam kuesioner penelitian. Dimana dengan mengasumsikan n (item) x 5 observasi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan n (item) x 5 observasi dengan 24 item *measurement* yang digunakan untuk mengukur 7 variabel. Sehingga jumlah responden yang akan digunakan oleh peneliti adalah 23 item *measurement* dikali dengan 5 sama dengan 115 responden.

3.4.6 Prosedur Pengumpulan Data

Penelitian merupakan sebuah rangkaian dari suatu langkah-langkah yang dilakukan dengan sistematis atau terencana guna untuk memecahkan suatu masalah atau mendapatkan jawaban atas suatu pertanyaan-pertanyaan tertentu.

Langkah atau prosedur yang dilakukan ini harus saling mendukung satu sama lain agar dapat memberikan hasil yang tidak meragukan untuk peneliti.

Berikut prosedur pada penelitian, yaitu:

1. Mengumpulkan data sekunder berupa informasi-informasi yang dibutuhkan dari berbagai sumber seperti jurnal, website, artikel dan buku. Informasi tersebut dapat mendukung penelitian ini dan untuk menyusun kerangka penelitian.
2. Menyusun pertanyaan kuesioner atau *measurement item* dan dilakukan *wording* atau pemilihan kata yang lebih tepat agar pada saat penyebaran kuesioner ke responden, responden dapat lebih mudah untuk mengerti pernyataan yang diberikan sehingga hasil yang didapat bisa relevan dengan tujuan penelitian.
3. Proses selanjutnya yaitu menyebarkan kembali kuisoner yang telah memenuhi syarat dalam skala responden yang lebih besar. Berdasarkan ketentuan yang sudah ditentukan yaitu n (*measurement item*) x 5.
4. Kemudian hasil dari uji keseluruhan data yang telah dikumpulkan akan dianalisis kembali dengan metode regresi linear berganda dengan menggunakan *software* SmartPLS.

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konstruk laten atau yang lebih dikenal dengan Variabel Laten, dimana semua variabel memiliki konsep abstrak yang tidak bisa 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

Menurut Zikmund et al, (2010), variabel independen merupakan variabel yang diharapkan dapat mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen juga dapat disebut sebagai variabel yang mempengaruhi variabel lainnya tetapi tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Di dalam penelitian ini, yang termasuk ke dalam variabel independen yaitu *Social influence*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, *perceived transaction convenience*, *perceived transaction speed*.

3.5.2 Variabel Dependen

Menurut Zikmund et al (2010), variabel dependen merupakan variabel yang diprediksi oleh variabel lain. Variabel dependen juga dapat disebut sebagai variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya tetapi tidak mempengaruhi variabel lain. Di dalam penelitian ini, yang termasuk ke dalam variabel dependen yaitu *Behavioural intention*.

3.5.3. Variabel Teramati

Observed variable atau variabel teramati merupakan variabel yang dapat diukur secara empiris dan menggambarkan setiap variabel dalam model penelitian. Variabel teramati sering disebut juga dengan sebutan, *manifest variable*, *measured variable*, indikator, atau item dari sebuah variable

(Malhotra, 2010). Di dalam penelitian ini terdapat 23 variabel teramati atau disebut sebagai indikator atau *measurement item*.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Pada penelitian ini peneliti akan mengukur setiap variabel yang telah digunakan dalam suatu penelitian, diperlukan indikator – indikator yang sesuai untuk mengukur setiap variable secara akurat. Indikator tersebut berguna untuk menyamakan persepsi dalam mendefinisikan variabel-variabel yang digunakan penjelasan pada definisi variabel dibuat berdasarkan teori yang telah didapatkan peneliti dari berbagai jurnal. Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala pengukuran *likert scale* 1 sampai 5 point. Dimana skala 1 menunjukkan responden sangat tidak setuju dan skala 5 menunjukkan responden sangat setuju. Berikut definisi operasional variabel yang dipakai pada penelitian ini:

Tabel 3. 1 Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Kode Measur ement	Measurement	Sumber	Scalling Techninque
<i>Social Influence</i>	<i>social influence</i> sejauh mana perhatian individu tentang pendapat dan persepsi orang lain yang penting bagi orang tersebut. (Venkatesh et al ,2012)	SII	1. Orang terdekat yang berada di lingkungan saya menyarankan saya untuk menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO.	Venkatesh et al. (2012)	<i>Likert 1-5</i>

		SI2	2. Orang disekitar saya, yang mempengaruhi perilaku saya (keluarga, saudara) menyarankan bahwa saya untuk menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO.		
		SI3	3.Orang sekitar saya yang pendapatnya saya hormati (Teman , kerabat) , lebih menyarankan saya untuk menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO.		
Performance expectancy	<i>Performance expectancy</i> , dari sudut pandang konsumen, dapat didefinisikan sebagai "sejauh mana menggunakan teknologi akan memberikan manfaat bagi konsumen dalam	PE1	1. Menurut saya menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO akan mempermudah aktivitas saya.	Venkatesh et al. (2012)	<i>Likert 1-5</i>
		PE2	2. Menurut saya , menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO akan		

	melakukan kegiatan tertentu" (Venkatesh et al., 2012).		memudahkan saya untuk melakukan pembayaran.		
		PE3	3. Menurut saya , menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO akan meningkatkan efektivitas saya untuk membeli barang dan jasa.		
<i>Effort expectancy</i>	<i>Effort expectancy</i> didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan teknologi oleh konsumen (Venkatesh et al, 2012)	EE1	1. Menurut saya pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO mudah untuk dipelajari.	Venkatesh et al. (2012)	<i>Likert 1-5</i>
		EE2	2. Menurut saya pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO mudah untuk dimengerti.		
		EE3	3. Menurut saya pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO mudah untuk digunakan.		
		EE4	4. Menurut saya akan mudah untuk menjadi mahir dalam menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO.		
<i>Facilitaing Condition</i>	<i>Facilitating condition</i> didefinisikan	FC1	1. Menurut saya , saya memiliki fasilitas yang	Venkatesh et al. (2012)	<i>Likert 1-5</i>

	sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis ada untuk mendukung penggunaan sistem.		cukup untuk menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO		
		FC2	2. Menurut saya , saya memiliki pengetahuan untuk menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO.		
		FC3	3. Menurut saya pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO dapat digunakan di smartphone yang saya gunakan.		
		FC4	4. Menurut saya, saya akan mendapatkan bantuan dari orang lain (Customer service, orang tertentu) jika saya kesulitan menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO.		
<i>Perceived Transaction Convenience</i>	<i>Perceived Transaction Convenience</i> merupakan Sejauh mana calon pengguna menganggap bahwa pembayaran <i>mobile payment</i>	PTC1	1. Saya percaya dengan menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO akan nyaman.	Chen (2008)	<i>Likert 1-5</i>
		PTC2	2. Saya percaya dengan menggunakan		

	meningkatkan kenyamanan dalam proses pembayaran (Chen, 2008)		pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO tidak akan merepotkan saya.		
		PTC3	3. Dibandingkan dengan metode pembayaran tunai, saya percaya bahwa pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO lebih nyaman.		
<i>Perceived Transaction Speed</i>	<i>Perceived Transaction Speed</i> merupakan sejauh mana pengguna menganggap bahwa pembayaran dengan <i>digital payment</i> meningkatkan kecepatan transaksi (Chen, 2008)	PTS1	1. Saya percaya bahwa menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO akan meningkatkan kecepatan transaksi.	Chen (2008)	<i>Likert 1-5</i>
		PTS2	2. Saya percaya bahwa menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO akan menghemat waktu saya.		
		PTS3	3. Dibandingkan dengan metode pembayaran tunai, saya percaya bahwa pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO akan lebih cepat.		

Behavioural Intention	<i>behavioural intentions</i> didefinisikan sebagai niat seseorang untuk melakukan berbagai perilaku (Fishbein dan Ajzen, 1975) dalam jurnal (Thakur & Srivastava, 2014)	BI1	1. Saya akan menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO dimasa yang akan datang	(Fishbein dan Ajzen, 1975) dalam jurnal (Thakur & Srivastava, 2014)	<i>Likert 1-5</i>
		BI2	2. Saya akan menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO ketika ada kesempatan.		
		BI3	3. Saya akan terus menggunakan pembayaran elektronik dengan aplikasi OVO di keseharian saya.		

3.7 Teknik Pengolahan Data Analisis

Dalam proses pengujian ini, peneliti harus melakukan pengujian terhadap variabel yang digunakan terlebih dahulu untuk mengetahui valid atau tidaknya data yang telah diolah sebelumnya. Teknis pengolahan data ini, dapat digunakan untuk menguji reliabel atau tidaknya sebuah data dan apakah responden yang telah mengisi kuisioner telah menjawab pertanyaan secara konsisten atau stabil.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Zikmund *et al* (2010), analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mencari nilai karakteristik data dengan cara menggambarkan karakteristik dasar seperti distribusi, variabilitas sentral dan kecenderungan. Di dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, tujuan peneliti menggunakan analisis deskriptif yaitu guna untuk mengelompokkan seluruh jawaban dari kuisioner yang peneliti dapatkan dari responden. Menurut Zikmund *et al*, (2010) menyatakan bahwa skala interval merupakan skala yang memenuhi skala nominal ordinal dan memiliki interval tertentu, selain itu juga dapat menangkap informasi tentang suatu perbedaan dalam jumlah konsep dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala interval untuk menggambarkan perilaku *behavioural intention* kepada pembayaran elektronik dengan aplikasi ovo.

3.7.2 Uji Validitas

Menurut William (2014) yang dituliskan dalam bukunya “Basically, the validity of a scale refers to the extent of correspondence between variations in the scores on the instrument and variation among respondents (or other objects of measurement) on the underlying construct being studied.”

Pada dasarnya, validitas skala mengacu pada sejauh mana korespondensi antara variasi dalam skor pada 67 instrument dan variasi di antara responden (atau objek pengukuran lain) pada konstruk yang mendasarinya sedang dipelajari.

3.7.3 Uji Reliabilitas

Menurut William (2014) yang dituliskan dalam bukunya mengatakan bahwa konsep reliabilitas berasal dari teori pengukuran klasik, yang mengasumsikan bahwa skor yang diperoleh pada setiap kesempatan pengukuran tunggal merupakan kombinasi dari skor sebenarnya dari objek yang sedang diukur dan kesalahan acak yang menyebabkan fluktuasi dalam ukuran yang diperoleh pada objek yang sama di kesempatan yang berbeda.

3.7.4 Metode *Structure Equation Modeling* (SEM)

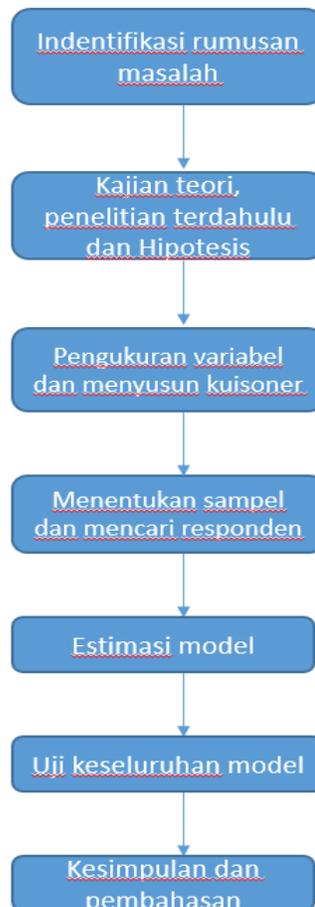
Ghozali (2008c:3) menjelaskan model SEM (*Structural Equation Modeling*) merupakan generasi kedua teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti menguji hubungan antar variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *non recursive* untuk mendapatkan suatu gambaran yang komprehensif mengenai keseluruhan model. SEM dapat menguji secara bersama-sama:

1. Model *structural*: hubungan antara konstruk independen dengan dependen.
2. Model *measurement*: hubungan (nilai loading) antara indikator dengan konstruk (laten).

Pada saat ini SEM sering digunakan di dalam berbagai bidang ilmu seperti: marketing, SDM, behavioral science, psikologi, ekonomi, pendidikan dan ilmu-ilmu sosial lainnya. SEM dikembangkan sebagai jalan keluar dari berbagai kesulitan atau keterbatasan analisis multivariat. Pada saat ini SEM di

Indonesia mulai banyak digunakan dalam penelitian akademis baik pada tingkat sarjana (S-1), magister (S-2) maupun doktor (S-3). Maruyama (1998) dalam Wijaya (2001:1) menyebutkan SEM merupakan sebuah model statistik yang memberikan perkiraan perhitungan dari kekuatan hubungan hipotesis diantara variabel dalam sebuah model teoritis, baik langsung atau melalui variabel antara (intervening or moderating). SEM merupakan suatu model yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian atau network model yang lebih rumit.

3.7.5 Langkah-langkah Dalam Analisa SEM.



Gambar 3. 4 Langkah Analisa SEM

Sumber: Penulis (2020)

3.7.6 Kecocokan Pengukuran Data

3.7.6.1 Evaluasi *Measurement Model (Outer Model)*

1. Validitas Data.

Menurut Siswoyo Haryono (2016) dalam bukunya, menguji validitas data yaitu melalui pengukuran nilai *loading factor*. Nilai *loading factor* ≥ 0.7 dikatakan deal, artinya indikator tersebut valid mengukur konstruk yang dibentuknya. Dalam pengalaman empiris penelitian, nilai *loading factor* ≥ 0.5 masih dapat diterima. Bahkan sebagian ahli mentolerir angka 0,4. Dengan demikian, nilai *loading factor* ≤ 0.4 harus dikeluarkan dari model (di-drop).

2. Reliabilitas Data

Reliability merupakan ukuran internal *consistency indicator* suatu konstruk. Hasil reliabilitas yang tinggi memberikan keyakinan bahwa indikator individu semua konsisten dengan pengukurannya. Tingkat reliabilitas yang diterima secara umum ≥ 0.70 sedangkan reliabilitas ≤ 0.70 dapat diterima untuk penelitian yang masih bersifat eksploratori. Ukuran reliabilitas yang lain adalah *variance extracted* sebagai pelengkap ukuran *construct reliability*. Angka yang direkomendasi untuk nilai *variance extracted* ≥ 0.50 . Rumus secara matematik untuk menghitung *construct reliability* dan *variance extracted* adalah:

- a. Nilai *Construct Reliability* (CR) ≥ 0.70

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

Sumber: Siswoyo Haryono (2016).

- b. Nilai *Variance Extraced* (AVE) ≥ 0.5

$$Variance\ Extraced = \frac{\sum \text{std loading}^2}{\sum \text{std loading}^2 + \sum \epsilon_j}$$

Sumber: Siswoyo Haryono (2016).

3.7.6.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Siswoyo Haryono (2016) dalam bukunya, Evaluasi model struktural dalam PLS bisa dilakukan dengan cara mengevaluasi nilai *R-square*. Interpretasi nilai *R-square* sama dengan interpretasi *R-square* regresi linear, yaitu besarnya *variability* variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen. kriteria *R-square* mempunyai tiga klasifikasi, yaitu:

Tabel 3. 2 Kriteria R-square

Kriteria R-square	Nilai
0,67	Model Kuat
0,33	Model Moderat
0,19	Model lemah

Sumber: Siswoyo Haryono (2016).

3.8 Uji Hipotesis

Dalam penggunaan metode PLS-SEM uji terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi seperti nilai t-statistik dan nilai *p-value* (sig). Nilai atau kriteria standar yang digunakan dalam menentukan suatu hipotesis diterima atau ditolak harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

3.8.1 T-Statistic

T-statistik merupakan pengujian yang bertujuan untuk menilai seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen dalam konteks secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Untuk nilai t-statistik > 1.96 .

3.8.2 P-Value

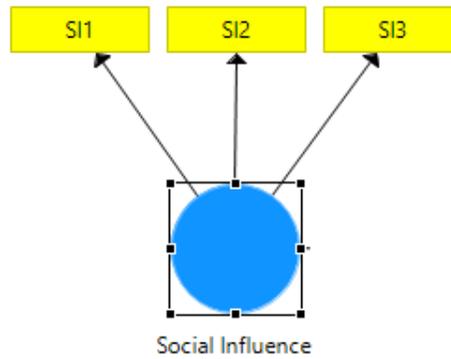
Hipotesis antar variabel dapat dinyatakan berpengaruh secara signifikan apabila nilai *P-value* ≤ 0.05 . Hal ini dikarenakan tingkat *error* yang terjadi berada dibawah angka 0.05.

3.9 Model Pengukuran

Berdasarkan variabel yang diukur pada penelitian ini, maka peneliti menggunakan 7 (enam) model pengukuran, yaitu:

1. Social Influence

Terdiri dari 3 *measurement item* di dalam pengukuran ini, dimana *measurement* yang merupakan bagian untuk mewakili dari variabel *social influence*.

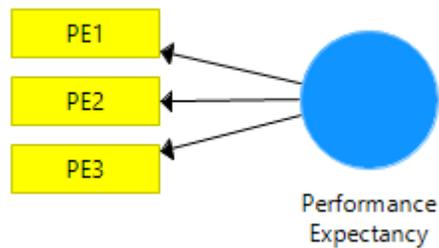


Gambar 3. 5 Model Pengukuran *Social Influence*

Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)

2. *Performance expectancy*

Terdiri dari 3 *measurement item* di dalam pengukuran ini, dimana *measurement* yang merupakan bagian untuk mewakili dari variabel *performance expectancy*.

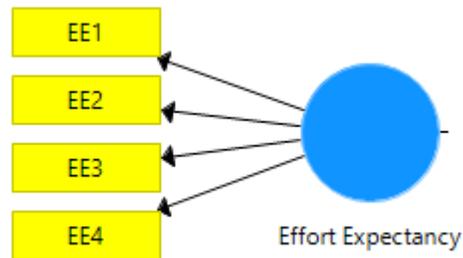


Gambar 3. 6 Model Pengukuran *Performance Expectancy*

Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)

3. *Effort Expectancy*

Terdiri dari 4 *measurement item* di dalam pengukuran ini, dimana *measurement* yang merupakan bagian untuk mewakili dari variabel *effort expectancy*

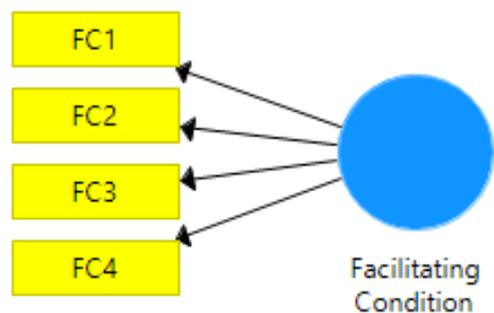


Gambar 3. 7 Model Pengukuran *Effort Expectancy*

Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)

4. *Facilitating Condition*

Terdiri dari 4 *measurement item* di dalam pengukuran ini, dimana *measurement* yang merupakan bagian untuk mewakili dari variabel *facilitating condition*.

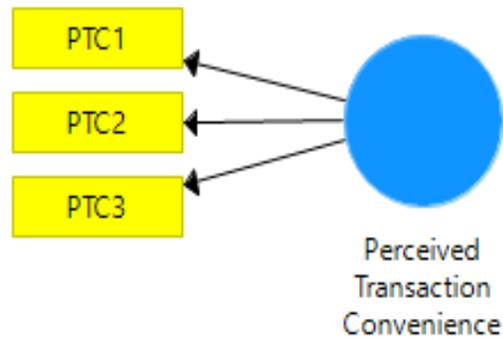


Gambar 3. 8 Model Pengukuran *Facilitating Condition*

Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)

5. *Perceived Transaction Convenience*

Terdiri dari 3 *measurement item* di dalam pengukuran ini, dimana *measurement* yang merupakan bagian untuk mewakili dari variabel *perceived transaction convenience*.

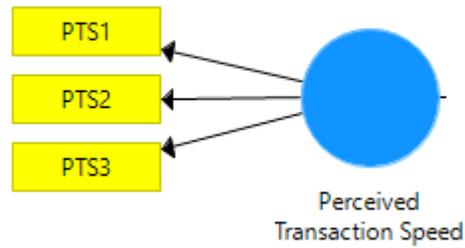


Gambar 3. 9 Model Pengukuran *Perceived Transaction Convenience*

Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)

6. *Perceived Transaction Speed*

Terdiri dari 3 *measurement item* di dalam pengukuran ini, dimana *measurement* yang merupakan bagian untuk mewakili dari variabel *perceived transaction speed*.

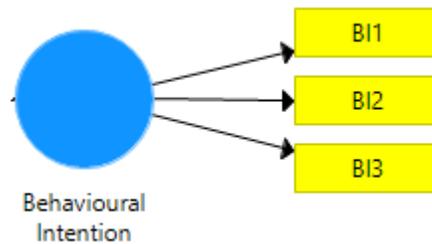


Gambar 3. 10 Model Pengukuran *Perceived Transaction Speed*

Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)

7. *Behavioural Intention*

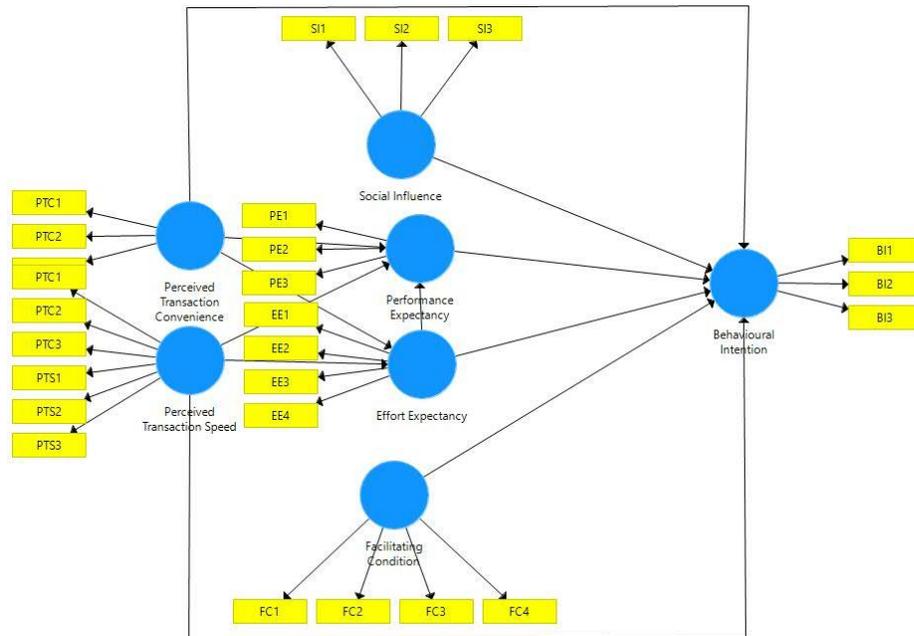
Terdiri dari 3 *measurement item* di dalam pengukuran ini, dimana *measurement* yang merupakan bagian untuk mewakili dari variabel *behavioural intention*.



Gambar 3. 11 Model Pengukuran *Behavioural Intention*

Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)

3.9.1 Model Keseluruhan Peneliti



Gambar 3. 12 Model Keseluruhan

Sumber : Pengolahan Data Primer (2020)