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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Profil Perusahaan

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) adalah bank swasta terbesar di Indonesia. Bank yang berdiri sejak 21 Februari 1957 ini pertama kali dikenalkan dengan nama Bank Central Asia NV dan pernah menjadi bagian dari Salim *Group*. Saat ini, BCA dimiliki oleh salah satu *group* produsen rokok terbesar keempat di Indonesia, PT Djarum.

Sebagai bank swasta dengan 1.249 cabang, 17.778 ATM, dan ratusan ribu EDC (data per Maret 2019), tentu menjadikan BCA menjadi salah satu bank favorit masyarakat Indonesia. BCA sendiri memiliki sejumlah visi dan misi yang ingin dicapai, antara lain:

Visi

Bank pilihan utama andalan masyarakat, yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia.

Misi

1. Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan
2. Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah
3. Meningkatkan nilai *francais* dan nilai *stakeholder* BCA

Untuk mencapai visi BCA agar dapat menjadi bank pilihan utama andalan masyarakat yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia, BCA terus berupaya meningkatkan kualitas layanan bagi para nasabahnya. BCA kini fokus untuk mengikuti perkembangan zaman terutama di bidang *e-commerce* dan *cashless payment settlement*. Untuk mewujudkan hal tersebut, BCA membangun kolaborasi dengan perusahaan-perusahaan *fintech* atau *e-commerce* melalui *Application Programming Interface* (*API*), *platform* yang memfasilitasi konektivitas antara sistem perusahaan-perusahaan tersebut dengan sistem perbankan transaksi BCA.

Berbagai metode pembayaran transaksi secara *online* terus dibangun. Melalui aplikasi 'BCA Mobile' dan 'Sakuku', BCA meluncurkan fitur *peer-to-peer transfer* berbasis teknologi *QR Code* di tahun 2018. BCA juga meluncurkan layanan 'OneKlik', suatu fitur pembayaran pada *online merchants* yang mengutamakan kecepatan dan kenyamanan transaksi.

Memanfaatkan teknologi *artificial intelligence*, BCA mengembangkan 'VIRA', suatu *Virtual Assistant* yang dapat diakses melalui berbagai aplikasi chat ternama.

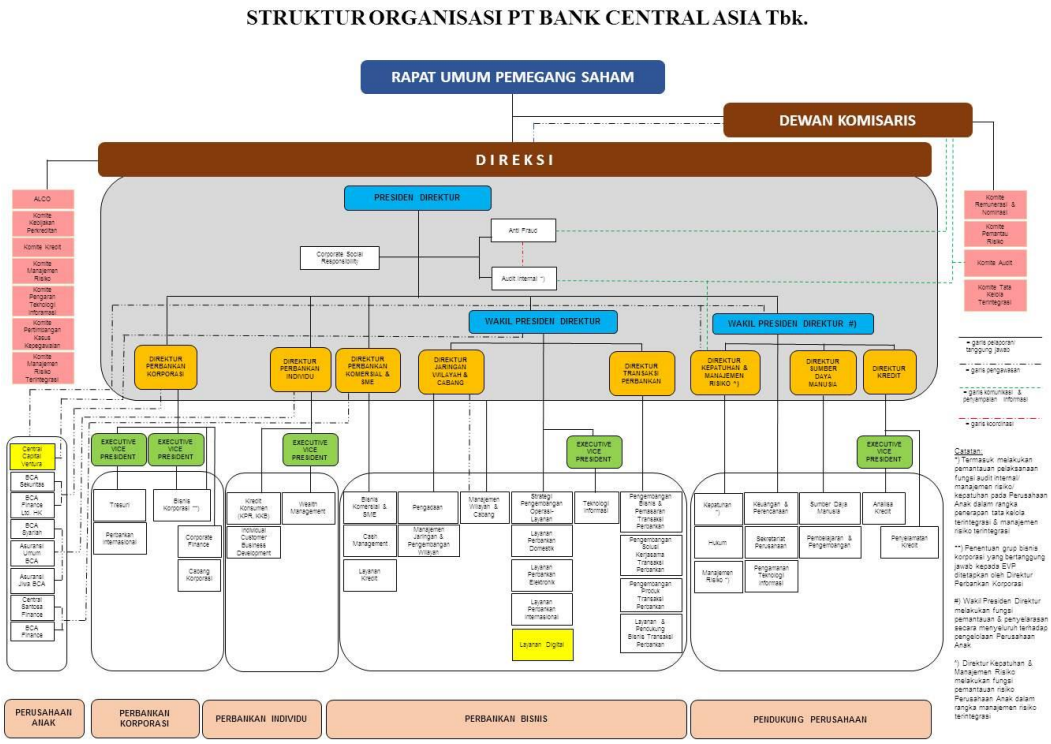
Proyek pencontohan sentra Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) diluncurkan di beberapa cabang untuk meningkatkan penetrasi di tengah ketatnya pada segmen tersebut. BCA menandatangani pembaharuan perjanjian dengan PT AIA *Financial* (AIA Indonesia) di tahun 2017 guna memperluas lingkup kerja sama di bidang *bancassuance*. BCA juga meningkatkan penyertaan pada entitas anak CS *Finance*, BCA Sekuritas, dan BCA *Life* pada tahun 2017 untuk semakin memperkokoh integrase dan meningkatkan kerja sama bisnis entitas-entitas anak tersebut dengan BCA.

Selain visi dan misi, BCA juga memiliki sejumlah tata nilai dalam menunjang kegiatan operasionalnya, antara lain:

1. Kerjasama tim
2. Fokus pada nasabah
3. Berusaha mencapai yang terbaik
4. Integritas

Keempat nilai tersebut saling berkesinambungan untuk menunjang kegiatan sehari-hari karyawan di BCA agar tetap fokus dengan visi dan misi perusahaan. Terbentuknya BCA tidak terlepas dari orang-orang yang berada di dalamnya. Struktur organisasi merupakan susunan unit-unit kerja atau komponen-komponen kerja di dalam suatu organisasi. Struktur organisasi menunjukan adanya pembagian kerja dan fungsi atau kegiatan-kegiatan berbeda yang dikoordinasikan. Selain itu, struktur organisasi juga dapat menunjukkan tentang saluran perintah, spesialisasi dari suatu pekerjaan, maupun dalam penyampaian laporan. Pada perusahaan BCA

terdapat berbagai struktur organisasi yang dibedakan berdasarkan divisinya. Berikut merupakan struktur organisasi yang terdapat di BCA:



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi PT Bank Central Asia

Sumber: Laporan Keuangan Bank Central Asia

Sakuku merupakan salah satu inovasi produk BCA yang diciptakan sejak 2015 berupa aplikasi uang elektronik yang dapat digunakan untuk pembayaran belanja, isi pulsa / paket data, beli voucher game, dan transaksi perbankan lainnya. Untuk menggunakan Sakuku, konsumen hanya perlu mengunduh aplikasi di *smartphone*nya dan melakukan registrasi data. Nomor *handphone* pengguna akan dijadikan sebagai nomor kepemilikan Sakuku.

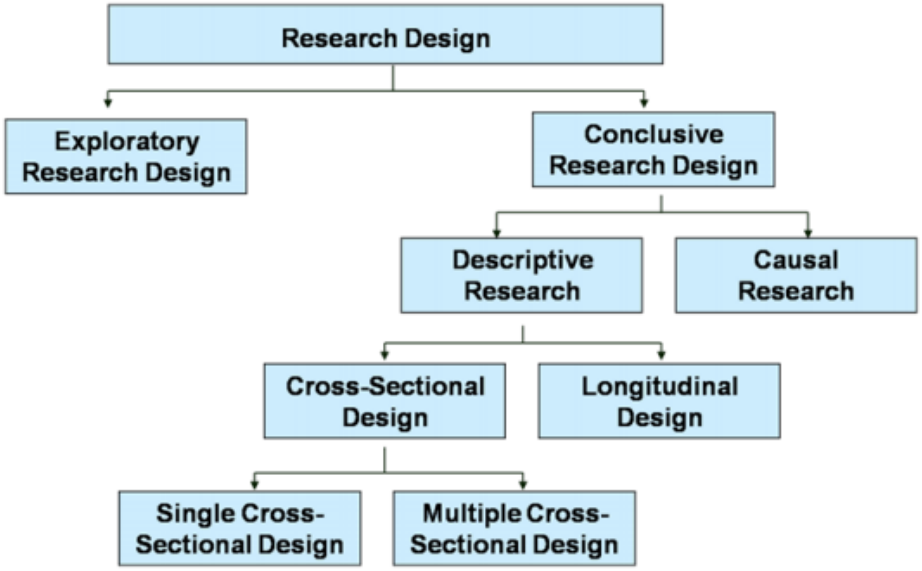
Saat ini, melalui fitur QR yang terdapat di Sakuku, konsumen dapat melakukan pembayaran di *merchant* fisik/toko atau *merchant online.* Fitur QR ini

juga dapat digunakan untuk melakukan transfer saldo ke sesama pengguna Sakuku. Dengan mengaktifkan fitur Sakuku Plus (dengan cara mengkoneksikan nomor paspor BCA di aplikasi Sakuku). Fitur Sakuku Plus ini juga akan langsung aktif apabila nomor *handphone* yang terdaftar juga aktif digunakan sebagai nomor *m-BCA*. Keunggulan fitur Sakuku Plus adalah konsumen dapat transfer saldo ke sesama pengguna Sakuku, tarik tunai di ATM, dan *split bill* ketika pembayaran ke *merchant*.

3.2. Metode Penelitian

Menurut (Malhotra N. K., 2012), desain penelitian adalah suatu kerangka yang digunakan untuk melakukan suatu riset pemasaran yang menjadi bagian dari setiap tahapannya dan kemudian hasilnya dapat diimplementasikan untuk menyelesaikan suatu permasalahan dan untuk mengambil keputusan dalam manajemen. Desain penelitian membantu peneliti dalam melakukan suatu penelitian, dengan desain penelitian ini penulis dapat mendapatkan garis besar dan rincian untuk memulai suatu penelitian dimulai dari pertanyaan untuk masalah penelitian hingga melakukan analisis data.

Selain itu (Malhotra N. K., 2012) menyatakan bahwa ada dua jenis desain penelitian, yaitu *exploratory research design* dan *conclusive research design*.



Gambar 3. 2 *Research Design*

Sumber: (Malhotra N. K., 2012)

Menurut Malhotra, desain penelitian dapat dibagi menjadi 2 bagian besar, antara lain adalah sebagai berikut:

a. Exploratoty Research Design

Exploratory Research Design merupakan penelitian *qualitative* yang terdiri dari *direct* (langsung) dan *indirect* (tidak langsung) terdiri dari *focus group discusion*, *depth interview*, dan *projective technique*. Penelitian ini bertujuan untuk mencari sebuah gagasan dan pemahan terhadap suatu permasalahan yang sedang terjadi.

b. *Conclusive Research Design* adalah jenis penelitian *quantitative*.

Penelitian yang digunakan untuk membantu para pengambil keputusan dalam menentukan, mengevaluasi, dan memilih pilihan tindakan pada suatu kasus tertentu. Tujuan yang ingin dicapai melalui *design*

penelitian ini adalah melakukan pengujian terhadap sebuah hipotesis serta hubungan-hubungan antara *variable* yang terdapat di dalamnya.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan *Conclucive Research Design* dikarenakan penelitian ini dilakukan untuk menguji hubungan antara *variable* yang digunakan dan menguji hipotesis. Penelitian ini juga dilakukan untuk membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan berdasarkan hasil dari penelitian ini.

Conclusive research design terdiri dari *descriptive research design* dan *causal research design*. *Descriptive research design* adalah penelitian yang dibuat dengan tujuan untuk mendeskripsikan suatu permasalahan atau fenomena yang ada. *Descriptive research* dapat dilakukan dengan metode *survey*, panel, *observation* atau menggunakan data sekunder. Metode survey dapat dilakukan dengan cara membagikan kuisioner dan diisi oleh responden, sedangkan untuk *observation* dapat dilakukan dengan beberapa metode, seperti *personal observation*, *mechanical observation*, *audit*, *content analys*, dan *trace analys* (Malhotra N. K., 2012).

Sedangkan, definisi *causal research* menurut (Malhotra N. K., 2012) merupakan penelitian yang memiliki tujuan utama untuk mencari dan membuktikan suatu hubungan sebab dan akibat antar variabel yang diteliti. Dari dua tipe *Conclusive research design* tersebut, peneliti menggunakan *descriptive research* dikarenakan tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan/mendeskripsikan hubungan antara *data security* (*DS*), *value added* (*VA*), *user design interface* (*UI*), *customer trust* (*CT*), dan *fintech promotion* (*FP*) sebagai *variable* penelitian terhadap minat konsumen dalam menggunakan suatu *platform fintech* Sakuku dan akhirnya konsumen tersebut akan menggunakan Sakuku, serta peneliti akan

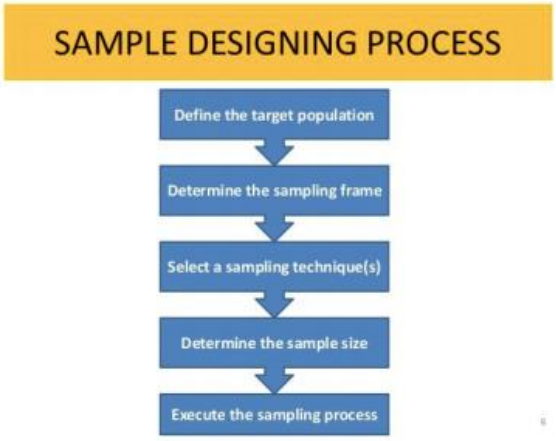
menggunakan metode survey dengan cara membagikan kuisioner kepada responden. Peneliti juga menggunakan pengumpulan data sekunder melalui jurnal dan artikel. Dalam penggunaan kusioner, responden akan memberikan penilaian dengan menggunakan skala antara 1 sampai 5 skala *likert* terhadap pernyataan yang ada di kuisioner.

Mekanisme pengumpulan data di dalam *conclusive research design* dibagi menjadi dua cara, yaitu *cross sectional research design* dan *longitudinal design*. *Cross sectional design* terdiri dari *single cross sectional design* dan *multiple cross sectional design*. Untuk mengambil data dari *single cross sectional design* dilakukan satu kali saja dan dalam satu kelompok, sedangkan untuk *multiple cross sectional*, pengambilan datanya dilakukan di beberapa kelompok yang berbeda, berbeda dengan *longitudinal* yang merupakan desain penelitian yang melibatkan sampel tetap dari elemen populasi yang diukur secara berulang kali (Malhotra N. K., 2012). Dari 2 cara tersebut peneliti menggunakan *single cross sectional research design* dengan pengambilan data dilakukan satu kali saja dalam satu kelompok yaitu nasabah maupun non nasabah BCA yang telah menggunakan Sakuku.

Secara garis besar, peneliti menggunakan *conclusive research design* (*quantitative*), dengan jenis *descritive research design*, menggunakan metode pengambilan data dengan cara *single cross sectional design*, dan dengan cara *survey* (Malhotra N. K., 2012).

3.3. Ruang Lingkup Penelitian

Menurut (Malhotra N. K., 2012), secara garis besar terdapat 5 tahapan dalam melaksanakan sebuah penelitian yaitu:



Gambar 3. 3 *Sample Designing Process*

Sumber: Malhotra,2012

3.3.1. Target Populasi

Menurut (Malhotra N. K., 2012) target populasi merupakan semua elemen atau objek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan dijadikan sebagai lingkup untuk melakukan penelitian. Target populasi terbagi kedalam 4 aspek yaitu *element*, *sampling unit*, *extent*, dan *time frame*.

- *Element*

  Element merupakan objek yang berisi informasi yang dicari dan dibutuhkan oleh peneliti yaitu responden yang berperan dalam membantu peneliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan (Malhotra N. K., 2012)

- *Sampling unit*

  Menurut (Malhotra N. K., 2012), *sample unit* adalah suatu dasar yang mengandung unsur- unsur dari target populasi yang akan dijadikan sampel. *Sample Unit* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

  - Wanita dan Pria
  - Usia diatas 17 tahun
  - Menggunakan aplikasi Sakuku

- *Extent*

  Extent merupakan suatu ruang lingkup, tempat atau wilayah dimana peneliti mengumpulkan data atau survei (Malhotra N. K., 2012). Batas geografi dari penelitian ini adalah Tangerang.

- *Time Frame*

  Time Frame adalah jangka waktu yang dibutuhkan peneliti dalam proses mengumpulkan sampai proses pengolahan data (Malhotra N. K., 2012) Pada penelitian ini pengambilan data dilakukan pada bulan November. Sedangkan keseluruhan penelitian berlangsung sejak Agustus 2019 hingga Desember 2019.

3.3.2. *Sampling Frame*

Sampling Frame adalah representasi *element* dari target populasi yang terdiri dari sekumpulan arahan untuk mengidentifikasi target populasi (Malhotra N. K., 2012) yang berarti peneliti telah memiliki data mengenai

anggota populasi yang akan dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini. *Sampling Frame* juga disebut sebagai sebuah daftar yang memuat data mengenai seluruh unit atau unsur *sampling* yang terdapat pada target populasi. *Sampling Frame* berisi informasi-informasi atau daftar yang berisikan setiap elemen populasi yang bisa diambil sebagai sampel.

3.3.3. *Sampling Techniques*

Menurut (Malhotra N. K., 2012), *sampling* adalah proses pengambilan jumlah yang cukup dari elemen populasi, sehingga hasil dari analisa pengambilan jumlah tersebut dapat menggambarkan keadaan populasi secara garis besar.

Dalam pengambilan suatu sampling terdapat dua jenis teknik sampling yaitu:

- *Probability sampling,* adalah sebuah prosedur *sampling* dimana setiap elemen populasi memiliki probabilias yang tetap pada sampel sudah ditetapkan/sudah dipilih.
- *Non-probabilty sampling,* adalah teknik pengambilan sampel dimana tidak semua bagian dari populasi yang ada memiliki peluang yang sama untuk menjadi bagian dari sampel penelitian yang bersangkutan

Dari 2 jenis teknik *sampling*, peneliti menggunakan teknik *Non-probabilty sampling* dikarenakan pemilihan responden dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa kriteria tertentu sesuai dengan kebutuhan. Peneliti membagikan kuisioner secara acak kepada responden yang dianggap paling

cocok dan sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti dalam penelitian ini.

Dalam (Malhotra N. K., 2012), terdapat 4 teknik *non-probabilty sampling* yang dapat digunakan, yaitu:

- *Convenience sampling*, yaitu merupakan teknik *sampling* yang dilaksanakan sesuai dengan kenyamanan peneliti dalam mencari sampel. Teknik model ini dapat memberikan kemudahan kepada peneliti karena dapat mengumpulkan sampel dengan cepat dan murah.
- *Judgemental sampling*, yaitu merupakan bentuk dari *convenience sampling* dengan elemen populasi tertentu yang telah dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti. Elemen yang dipilih dianggap dapat mempresentasikan populasi yang bersangkutan.
- *Quota sampling*, merupakan teknik yang terdiri dari dua tahap. Tahap pertama yaitu menentukan quota dari masing-masing elemen populasi. Tahap kedua yaitu mengambil sampel dari quota yang telah diambil dengan teknik *convenience* maupun *judgemental*.
- *Snowball sampling*, yaitu teknik sampling yang dilakukan berdasarkan referensi responden, dengan kata lain responden diminta mereferensikan orang lain yang memenuhi kriteria sebagai responden setelah melakukan *interview*.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probabilty sampling* dengan metode *judgemental sampling* dikarenakan penelitian ini memiliki kriteria *screening* responden yaitu nasabah BCA yang baru keluar dari KCU Gading Serpong, yang mengetahui dan menggunakan Sakuku.

3.3.4. *Sample Size*

Hair., et al (2010) memberikan pernyataan bahwa penentuan banyak sampel ditentukan berdasarkan banyaknya jumlah indikator pertanyaan kuesioner, dimana diasumsikan bahwa n x 5 observasi sampai dengan n x 10 observasi. Menurut Hair., et al (2010), landasan untuk menentukan *sample size* dalam sebuah penelitian meliputi:

- Sampel harus lebih banyak dari jumlah *variable*
- Jumlah minimum sampel untuk diobservasi atau diteliti adalah n=50 observasi
- Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jumlah responden sejumlah n x 5. Dalam penelitian ini terdapat 30 indikator, dimana jika dikalikan dengan 5 observasi, maka jumlah sampel minimum: 30 x 5 = 150 sampel.

3.3.5. *Sampling Process*

3.3.5.1. Sumber Pengumpulan Data

Menurut pernyataan yang dikemukakan oleh (Malhotra N. K., 2012) terdapat dua jenis data yang dapat digunakan untuk melakukan sebuah penelitian. Kedua jenis data tersebut antara lain:

- *Primary Data*, merupakan data atau informasi original dari peneliti yang dikumpulkan untuk pertama kali dan memiliki tujuan untuk menyelesaikan masalah suatu penelitian.
- *Secondary Data*, merupakan data atau informasi yang dikumpulkan dari berbagai studi kasus dengan tujuan untuk mendukung penelitian yang ada dan biasanya tidak digunakan untuk untuk menyelesaikan masalah suatu penelitian. Dalam pengumpulan data melalui *secondary data* dilakukan dengan mencari data pendukung seperti teori melalui buku dan jurnal sesuai dengan kebutuhan, mencari data spesifik melalui internet seperti *website*.

Dalam penelitian ini, sumber data utama yang digunakan adalah *primary data* yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu menggunakan kuisioner secara acak dan didapatkan data dari sejumlah responden yang sesuai dengan kriteria yang ada. Peneliti juga menggunakan *secondary data* yang diperoleh dari buku-buku pengetahuan, jurnal dan artikel yang terkait untuk memperkuat teori dalam penelitian ini.

3.3.5.2. Prosedur Pengumpulan Data

Berikut merupakan prosedur yang peneliti lakukan dalam pengumpulan data baik data primer maupun sekunder.

- Menungumpulkan data sekunder dalam bentuk informasi-informasi melalui beberapa sumber seperti buku, jurnal, artikel dan *website*. Informasi tersebut digunakan sebagai pendukung landasan teori, pengembangan hipotesis dan pembuatan model penelitian.
- Memilih jurnal yang telah dikumpulkan untuk dijadikan dasar *indicator* pertanyaan kuisioner. Indikator akan disusun menjadi *draft* kuesioner dan akan dilakukan penyusunan kata sehingga responden akan lebih mudah memahami pertanyaan-pertanyaan didalam kuisioner yang telah disebar.
- Kuesioner yang telah disusun rapih akan disebarkan kepada 40 responden dengan tujuan melakukan *pre-test*. *Pre-test* dilakukan sebelum peneliti menyebar kuesioner dengan jumlah yang lebih banyak atau *main test*. Penyebaran kuesioner untuk *pre-test* akan dilakukan secara *online*.

Berikut merupakan langkah dalam penyebaran kuesioner *pre-test*.

- Hasil dari *pre-test* yang telah terkumpul dari 40 responden dianalisis menggunakan software SPSS versi 23 untuk uji validitas dan uji realibilitas. Jika hasilnya memenuhi syarat yang telah ditentukan maka penelitian ini dapat dilanjutkan dengan menyebarkan kuesioner dalam jumlah yang lebih banyak
- Penyebaran kuesioner untuk *main test* dilakukan secara *online*.

Berikut merupakan langkah dalam penyebaran kuesioner *main-test*:

- Peneliti membuat kuesioner di *google form*
- Peneliti menyebar *link* kuesioner yang telah dibuat melalui *email* dan *direct message* di sosial media yaitu Instagram dan Line Chat.
- Calon responden diberikan penjelasan mengenai penelitian yang dilakukan pada bagian kata pengantar serta petunjuk pengisian kuesioner pada bagian isi.
- Responden yang berhasil memenuhi kualifikasi maka akan diolah datanya pada penelitian ini. Untuk

menarik perhatian responden agar bersedia untuk berpartisipasi pada penelitian ini, peneliti akan memberikan *special gift* kepada 10 responden yang beruntung. *Special Gift* tersebut diberikan dalam bentuk *top up* Sakuku sebesar Rp 25.000 ,-.

- Data yang telah terkumpul di*input* ke dalam software SPSS versi 23. Setelah itu, dilakukan uji *validitas* dan uji *realibitas* dengan menggunakan *software* Lisrel *Version* 8.80. Jika semua data telah siap, langkah selanjutnya yaitu menguji kecocokan model dan menguji hubungan hipotesis antar variabel.

3.4. Prosedur Penelitian

Ada beberapa tahapan dalam melakukan penelitian:

- Mengidentifikasi masalah dan fenomena yang ada saat ini
- Menentukan topik dan objek yang akan diteliti
- Mengumpulkan literatur dan jurnal yang mendukung penelitian dan memodifikasi model penelitian sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan dan menyusun kerangkan penelitian.
- Menyusun *draft* kuisioner berdasarkan seleksi *measurement* pada jurnal pendukung dengan menggunakan pemilihan kata yang jelas dan tepat

dengan tujuan agar responden lebih mudah memahami pertanyaan sehingga hasilnya dapat relevan dengan tujuan penelitian.

- Penyebaran kuisioner secara *online*. Kuisioner online disebarkan melalui berbagai macam *media social* seperti instagram dan juga melalui email yang sudah didapatkan penulis saat melakukan penyebaran kuisioner *offline*.
- Melakukan *pre-test* sebanyak 40 orang responden yang merupakan nasabah maupun non nasabah BCA yang menggunakan Sakuku. Penyebaran kuisioner *pre-test* ini dilaksanakan secara *online* dan *offline*.
- Hasil data dari pre-test kemudian dianalisi menggunakan software SPSS version 23. Jika hasil *pre-test* memenuhi syarat, maka dilanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu pengambilan data besar yang sudah ditentukan n x 5 observasi sampai dengan n x 10 Hair et al., (2010). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data n x 5. Terdapat 30 indikator dalam penelitian ini, sehingga peneliti membutuhkan 150 responden dalam penelitian ini, yang mana terdiri atas 120 responden yang didapat secara *online* dan 30 responden secara *offline*.
- Data yang berhasil dikumpulkan kemudian dianalisis kembali dengan menggunakan *software* Lisrel *Version* 8.80.

3.5. Periode Penelitian

Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan Agustus 2019 sampai dengan Desember 2019, sehingga penelitian ini dilakukan sekitar kurang lebih 5 bulan. Proses awal penelitian ini dimulai dari penentuan objek penelitian melalui presentasi seminar proposal mengenai objek penelitian serta fenomena yang ada, kemudian dilanjutkan dengan membentuk latar belakang dan rumusan masalah sesuai dengan objek dan fenomena yang ada, lalu dikaitkan dengan penelitian terdahulu dan teori yang bersangkutan yang diaambil dari beberapa jurnal. Tahap sejalnjutnya adalah peneliti melakukan perancangan draft kuisioner sebanyak 190 kuisioner, lalu mengumpulkan data-data pendukung penelitian, menghitung apakah semua measurement yang ada reliable dan valid melalui software SPSS. Dari hasil tersebut penulis mengambil 40 data untuk dilakukan *pre-test*. Kemudian langkah selanjutnya adalah penulis melakukan penyebaran kuisioner lagi karena ada beberapa perbaikan dan mengumpulkan data 150 responden. Setelah data diperoleh, kemudian peneliti melakukan proses pengolahan data, menganalisa hasil dari penelitian dan membuat kesimpulan serta saran penelitian.

3.6. Identifikasi Variabel Penelitian

3.6.1. Variabel Eksogen

Menurut Hair et al., (2010), variabel eksogen adalah variabel yang muncul sebagai variabel bebas pada semua persamaan yang ada di dalam model. Notasi matematik dari variabel laten eksogen adalah huruf Yunani ξ

(“ksi”) Hair et al., (2010). Variabel eksogen digambarkan sebagai lingkaran dengan anak panah yang menuju keluar. Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel eksogen antara lain adalah *Data Security* (*DS*), *Value Added* (*VA*), dan *User Design Interface* (*UI*).

3.6.2. Variabel Endogen

Variabel Endogen merupakan variabel yang terikat pada paling sedikit satu persamaan dalam model, meskipun di semua persamaan sisanya variabel tersebut adalah variabel bebas. Notasi matematik dari variabel laten endogen adalah η (“eta”) Hair et al., (2010). Variabel endogen digambarkan sebagai lingkaran dengan setidaknya memiliki satu anak panah yang mengarah pada variabel tersebut. Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel endogen adalah *Customer Trust* (*CT*) dan *FinTech Promotion* (*FP*).

3.6.3. Variabel Teramati

Variabel teramati (observed variable) atau variabel terukur (measured variable) adalah variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris, dan dapat disebut juga sebagai indikator. Setiap pertanyaan atau measuremt dalam metode survey menggunakan kuisioner, measurement yang ada mewakili sebuah variabel teramati. Simbol diagram dari variabel teramati adalah kotak atau persegi empat panjang Hair et al., (2010).

Pada penelitian ini, terdapat total 15 pertanyaan pada kuisioner, sehingga jumlah variabel teramati dalam penelitian ini adalah 15 indikator.

3.7. Definisi Operasional Variabel

Pada penelitian ini, variabel eksogen terdiri dari tiga variabel *Data Security* (*DS*), *Value Added* (*VA*), dan *User Design Interface* (*UI*). Sedangkan variabel endogen pada penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu *Customer Trust* (*CT*) dan *FinTech Promotion* (*FP*). Definisi operasional variabel perlu dijelaskan untuk setiap variabel penelitian. Hal ini dilakukan untuk membuat instrumen pengukuran. Definisi operasional variabel pada penelitian ini disusun berdasarkan berbagai teori dengan indikator pertanyaan yang didasarkan oleh indikator penelitian. Skala pengukuran variabel yang digunakan adalah likert scale 5. Seluruh variabel diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5, dengan angka 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan angka 5 menunjukkan sangat setuju.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Kode	Teknik Penskalaan
1	*Data Security*	Stewart & Jurjens telah mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi adopsi *fintech*. Faktor tersebut adalah *data security, value added, user design interface, customer's trust,* dan *fintech promotion.* Menurut mereka, faktor ini mempengaruhi niat perilaku pelanggan untuk mau mengadopsi layanan *fintech*.. (*Data Security and Consumer Trust in FinTech Innovation)* (Harrison Stewart, Jan Jürjens)	1. Menurut saya keamanan data pengguna mempengaruhi keputusan saya dalam menggunakan *Financial Technology* Sakuku (Whitman et al, 2012)	DS1	1 – 5 *scale likert*
			2. Menurut saya Sakuku telah menerapkan kebijakan dan memberikan pelatihan dan kesadaran pendidikan bagi karyawannya mengenai keamanan	DS2	1 – 5 *scale likert*

			informasi (Whitman et al., 2012)		
			3. Menurut saya Sakuku telah menggunakan teknologi yang dapat menjaga keamanan informasinya (Whitman et al., 2012)	DS3	1 – 5 *scale likert*
			4. Menurut saya Sakuku telah menjaga kerahasiaan, integritas, dan data informasi saya sebagai pengguna (ISO 27002)	DS4	1 – 5 *scale likert*
			5. Saya dapat mempercayakan data saya ke Sakuku dikarenakan keamanan datanya yang terjaga (Whitman et al. 2012)	DS5	1 – 5 *scale likert*
2	*Value Added*	Terdapat dua nilai yang dikategorikan sebagai *value added*, yaitu faktor internal dan eksternal (Harrison Stewart, Jan Jürjens)	6. Saya merasa lebih produktif ketika menggunakan aplikasi *financial technology* Sakuku dibandingkan metode pembayaran lainnya seperti *cash*, debit, maupun kartu kredit dan hal tersebut lainnya mempengaruhi keputusan saya dalam menggunakan suatu mau produk layanan *Financial*	VA1	1 – 5 *scale likert*

			Technology (Stewart & Jurjens, 2018)		
			7. Saya merasa bertransaksi menggunakan teknologi *Financial Technology* lebih praktis dibandingkan metode transaksi lainnya seperti *cash*, kartu debit, maupun kartu kredit (Stewart & Jurjens, 2018).	VA2	1 – 5 *scale likert*
			8. Saya nyaman bertransaksi dengan menggunakan aplikasi *Financial Technology* Sakuku dikarenakan koneksinya yang stabil dan mudah digunakan (Venkatesh et al., 2003)	VA3	1 – 5 *scale likert*
			9. Saya berminat untuk menggunakan *financial technology* Sakuku dikarenakan saya merasa lebih produktif dan praktis ketika menggunakan aplikasi tersebut (Stewart & Jurjens, 2018).	VA4	1 – 5 *scale likert*

			10. Saya berminat untuk menggunakan *financial technology* Sakuku dikarenakan koneksinya yang stabil dan mudah digunakan (Venkatesh et al., 2003).	VA5	1 – 5 *scale likert*
3	*User Design Interface*	Antar muka (*user interface*) adalah cara program dan pengguna untuk berinteraksi (Pengertian *User Interface)* (Sena Lastiansah)	11. Saya merasa tampilan desain aplikasi dalam *Financial Technology* Sakuku mempengaruhi keputusan saya dalam menggunakan suatu produk layanan *Financial Technology* Sakuku (Lastiansah, 2012).	UI1	1 – 5 *scale likert*
			12. Menurut saya tampilan desain *financial technology* Sakuku (Lastiansah, 2012).	UI2	1 – 5 *scale likert*
			13. Menurut saya tampilan desain *financial technology* Sakuku tidak membuat saya bingung saat menggunakan aplikasi tersebut (Lastiansah, 2012).	UI3	1 – 5 *scale likert*
			14. Saya merasa nyaman dengan tampilan desain *financial technology* Sakuku (Lastiansah, 2012).	UI4	1 – 5 *scale likert*

			15. Saya merasa tampilan desain *financial technology* Sakuku memudahkan saya untuk menggunakan semua fiturnya (Lastiansah, 2012).	UI5	1 – 5 *scale likert*
4	*Customer Trust*	Kepercayaan adalah fenomena multidimensi yang kompleks yang memainkan peran dalam hubungan bisnis seperti kerahasiaan data, ketersediaan, integritas, dan koneksi yang stabil ketika penggunaan aplikasi (*Trust as a Social Reality)* (Lewis A. W.)	16. Saya merasa bahwa 'kepercayaan' saya terhadap *financial technology* Sakuku mempengaruhi keputusan saya dalam menggunakan aplikasi tersebut (Vence et al., 2008)	CT1	1 – 5 *scale likert*
			17. Menurut saya *financial technology* Sakuku dapat dipercaya dikarenakan kerahasiaan datanya yang terjaga (Lewis & Weigert, 1985).	CT2	1 – 5 *scale likert*
			18. Menurut saya *financial technology* Sakuku dapat dipercaya karena koneksinya yang stabil (Lewis & Weigert, 1985).	CT3	1 – 5 *scale likert*

			19. Menurut saya *financial technology* Sakuku dapat dipercaya karena dikembangkan oleh BCA sebagai Bank Swasta nomor 1 di Indonesia (Vence et al., 2008)	CT4	1 – 5 *scale likert*
			20. Menurut saya *financial technology* Sakuku aman untuk digunakan (Vence et al., 2008).	CT5	1 – 5 *scale likert*
5	*FinTech Promotion*	Promosi adalah bagian dari proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar (*Principles of Marketing)* (Philip Kotler)	21. Menurut saya promosi yg dilakukan oleh produk layanan *Financial Technology* Sakuku mempengaruhi keputusan saya dalam menggunakan produk layanan *Financial Technology* tersebut (gabungan antara teori pemasaran (Kotler, 2013) dan pengertian *fintech* (www.bi.go.id)).	FP1	1 – 5 *scale likert*
			22. Menurut saya *financial technology* Sakuku telah mengkomunikasikan produknya ke pasar (pengguna) (gabungan antara teori pemasaran (Kotler, 2013) dan pengertian *fintech* (www.bi.go.id)).	FP2	1 – 5 *scale likert*

			23. Menurut saya *financial technology* Sakuku telah menyebarkan informasi produknya ke pasar (pengguna) (gabungan antara teori pemasaran (Tjiptono, 2002) dan pengertian *fintech* (www.bi.go.id)).	FP3	1 – 5 *scale likert*
			24. Menurut saya aktivitas yang dilakukan Sakuku berhasil mempengaruhi saya untuk mau menggunakan aplikasi tersebut (pengguna) (gabungan antara teori pemasaran (Tjiptono, 2013) dan pengertian *fintech* (www.bi.go.id)).	FP4	1 – 5 *scale likert*
			25. Saya menggunakan Sakuku dikarenakan tertarik pada informasi yang disampaikan oleh aplikasi tersebut (gabungan antara teori pemasaran (Tjiptono, 2002) dan pengertian *fintech* (www.bi.go.id)).	FP5	1 – 5 *scale likert*

6	*Intention to Adopt FinTech*	(Stewart & Jurjens, 2018) telah mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi adopsi *fintech*. Faktor tersebut adalah *data security*, *value added*, *user design interface, customer's trust*, dan *fintech promotion.* Menurut Stewart & Jurjens, faktor ini mempengaruhi niat perilaku pelanggan untuk mau mengadopsi layanan *fintech*..	26. Saya berniat untuk menggunakan aplikasi Financial Technology sakuku apabila aplikasi tersebut memiliki keamanan data yang memadai, nilai yang lebih unggul dibandingkan aplikasi Financial Technology lainnya, tampilan design aplikasinya yang menarik serta mudah dipahami (Stewart & Jurjens, 2018).	IAF1	1 – 5 *scale likert*
			27. Saya berniat untuk menggunakan aplikasi Financial Technology sakuku apabila aplikasi tersebut dapat dipercaya (Stewart & Jurjens, 2018).	IAF2	1 – 5 *scale likert*
			28. Saya berniat untuk menggunakan aplikasi Financial Technology sakuku apabila aplikasi tersebut memiliki promosi yang menarik	IAF3	1 – 5 *scale likert*
			29. Saya berniat menggunakan aplikasi financial technology Sakuku	IAF4	1 – 5 *scale likert*

			(Stewart & Jurjens, 2018).		
			30. Saya berniat menggunakan aplikasi Financial Technology Sakuku karena aplikasi tersebut menjaga keamanan data, nilai tambah, tampilan desain aplikasi, kepercayaan pengguna serta kualitas promosinya (Stewart & Jurjens, 2018).	IAF5	1 – 5 *scale likert*

Sumber: Peneliti

3.8. Teknik Analisis

3.8.1. Analisis Deskriptif

Zikmund et al., (2013) mengatakan bahwa proses transformasi data mentah dengan cara yang menggambarkan karakteristik dasar seperti kecenderungan, distribusi, dan variabilitas sentral. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk mengelompokan semua jawaban responden.

Menurut (Malhotra N. K., 2012) skala interval adalah skala yang menggunakan angka-angka untuk menentukan peringkat objek sehingga

jarak yang sama secara numerik pada skala mewakili jarak yang sama pada karakteristik yang diukur.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala interval untuk mendeskripsikan perilaku dan sikap nasabah maupun non nasabah BCA yang menggunakan Sakuku.

3.8.2. Analisis Kuesioner

Menurut (Malhotra N. K., 2012), kuisioner merupakan teknik terstruktur untuk melakukan pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan, tertulis atau lisan yang dijawab oleh responden. Setiap kuisioner memiliki tujuan spesifik. Pertama, kuisioner harus dapat menggambarkan informasi yang diwakili oleh pertanyaan yang jelas sehingga responden mampu menjawab dengan baik.Kedua, kuisioner harus dapat mengajak dan melibatkan responden untuk menjadi bagian yang terlibat dalam pengisian kuisioner. Ketiga, sebuah kuisioner harus meminimalisir kesalahan agar tidak mendapatkan informasi yang bias.

Tahapan dalam pembuatan kuisioner adalah menentukan informasi yang dibutuhkan. Kemudian peneliti harus menentukan metode pengumpulan data. Selanjutnya peneliti harus dapat menentukan isi pertanyaan yang akan diberikan kepada responden. Peneliti juga harus dapat membuat pertanyaan yang mudah dimengerti oleh responden. Lalu peneliti harus menentukan struktur pertanyaan yang akan digunakan. Peneliti juga harus memperhatikan kata yang akan digunakan dalam kuisioner. Selain itu, peneliti juga harus mengatur urutan pertanyaan dengan benar serta

mengidentifikasi penempatan tata letak pertanyaan. Pada penelitian ini sebelum peneliti menyebarkan kuisioner, peneliti mencari indikator yang sesuai dengan model penelitian yang akan diteliti. Setelah itu, peneliti melakukan seleksi terhadap respoden penelitian. Kemudian peneliti menyebarkan kuisioner secara *offline* dan *online*.

Menurut (Malhotra N. K., 2012), terdapat 3 jenis pertanyaan dalam kuisioner yaitu multiple Choice, dichotomous, dan scales.

- Multiple Choice.

  Multiple Choice adalah pertanyaan pilihan ganda yang terdiri dari tiga atau lebih pilihan jawaban.

- Dichotomous.

  Dichotomous adalah pertanyaan yang memiliki 2 pilihan seperti "ya atau tidak, setuju atau tidak setuju, dan sebagainya.

- Scales.

  Scales dipakai untuk mengukur atau menentukan tingkatan atau banyaknya sesuatu.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan ketiga jenis pertanyaan. Peneliti menggunakan Multiple Choice pada pertanyaan mengenai profil dan *screening* diantaranya adalah usia, profesi dan sebagainya. Selanjutnya peneliti menggunakan Dichotomous pada pertanyaan mengenai profil dan screening juga diantaranya jenis kelamin, keaktifan dalam menggunakan Sakuku dan sebagainya. Sedangkan untuk scale, peneliti menggunakan jenis skala *likert* 1-5 untuk penilaian terhadap pernyataan yang ada di kuisioner.

3.8.3. Uji Pretest

Menurut Malhotra (2010) uji pre-test merupakan survei yang cenderung tidak terstruktur dibandingkan dengan survey skala besar yang secara umum berisikan pertanyaan terbuka dan jumlah sample yang lebih sedikit. Dalam uji pre-test pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan 40 responden untuk diuji dengan cara menyebarkan 30 kuisioner secara online dan 10 kuesioner secara *offline* dimana data hasil kuisioner diolah menggunakan software SPSS versi 25 untuk menguji *validitas* dan *reliabilitas* dari pertanyaan kuisioner sehingga saat melakukan survei skala besar hasil yang didapatkan dapat diandalkan dan konsisten.

3.8.3.1. Uji Validitas

(Malhotra N. K., 2012) mengatakan bahwa sebuah indikator dapat diketahui valid setelah melalui sebuah uji validitas. Skala validitas dapat diartikan sebagai nilai dari sebuah skala observasi yang mencerminkan karakterisktik dan objek yang sedang di teliti. Semakin tinggi validitas akan menunjukan semakin sah atau valid sebuah penelitian. Jadi, validitas mengukur pernyataan dalam kuisioner yang sudah dibuat apakah benar dapat mengukur apa yang hendak diukur. Menurut (Malhotra N. K., 2012) terdapat 3 cara, yaitu content validity, criterion validity, dan construct validity. Content validity adalah peneliti menguji validitas dengan menilai konten secara keseluruhan (indikator) berdasarkan pemahaman peneliti, sehingga hal tersebut dapat menyebabkan hasil penilaian

menjadi subjektif. Criterion validity adalah penelitian yang dilakukan dengan berekspektasi pada hasil akhir. Construct validity adalah tipe validitas yang menjawab pertanyaan dengan menggunakan skala ukuran.

Pada penelitian ini menggunakan construct validity dikarenakan kuisioner didalam penelitian ini mengharuskan responden untuk menjawab pernyataan- pertanyaan dengan menggunakan skala ukuran yaitu 1-5 skala likert. Syarat-syarat yang perlu diperhatikan dalam uji validitas antara lain sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Uji Validitas

No.	Ukuran Validitas	Nilai Diisyaratkan
	Kaiser Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy Merupakan sebuah indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan model analisis. Malhotra (2010)	**Nilai KMO ≥ 0.5** mengidikasikan bahwa analisis **faktor telah memadai** dalam hal jumlah sample, sedangkan nilai **KMO < 0.5** mengidikasikan analisis **faktor tidak memadai** dalam hal jumlah sample Malhotra (2010)
	Barlett's Test of Sphericity Merupakan uji statistic yang digunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel-variabel tidak berkolerasi pada populasi. Dengan kata lain, mengindikasikan bahwa matriks korelasi adalah matriks identitas,	Jika hasil nilai signifikan < 0.05 menandakan adanya hubungan yang signifikan antara variabel dan merupakan nilai yang diharapkan akan

	yang mengindikasikan bahwa variabel-variabel dalam faktor bersifat related (r = 1) atau unrelated (r = 0) Hair et al., (2010)	ditandai dari hasil uji signifikansi < 0.05
		Nilai MSA = 1, menandakan bahwa variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.
	Anti Image Matrix Untuk memprediksi apakah suatu variabel memilik ikesalahan terhadap variabel lain. Nilai MSA berkisar antara 0 sampai dengan 1 Hair et al., (2010)	Nilai MSA ≥ 0.5 menandakan bahwa variabel masih dapat diprediksi dan dapat dianalisis lebih lanjut.
		Nilai MSA ≤ 0.5 menandakan bahwa variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut Hair et al., (2010)
	Factor Loading of Component Matrix Merupakan besarnya korelasi suatu indikator dengan faktor yang terbentuk. Tujuannya untuk menentukan validitas setiap indikator dalam mengkonstruk setiap variabel.	Factor loading ≥ 0.5 menandakan kriteria validitas suatu indikator itu dikatakan valid membentuk suatu faktor, jika memiliki factor loading sebesar 0.5

Sumber: Peneliti

3.8.3.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan sebuah penilaian terhadap tingkat konsistensi yanterdapat pada beberapa pengukuran variabel Hair et al., (2010). Menurut (Malhotra N. K., 2012) sebuah penelitian dapat diketahui tingkat kehandalanya melalui sebuah uji reliabilitas. Tingkat kehandalan yang ada dapat dilihat dari konsistensi dan stabilitas jawaban responden terhadap kuisioner yang ada. Menurut (Malhotra N. K., 2012), cronbach's alpha merupakan ukuran dalam mengukur korelasi antara jawaban pernyataan dari suatu konstruk atau variabel yang dinilai reliabel jika cronbach's alpha nilainya ≥ 0,6.

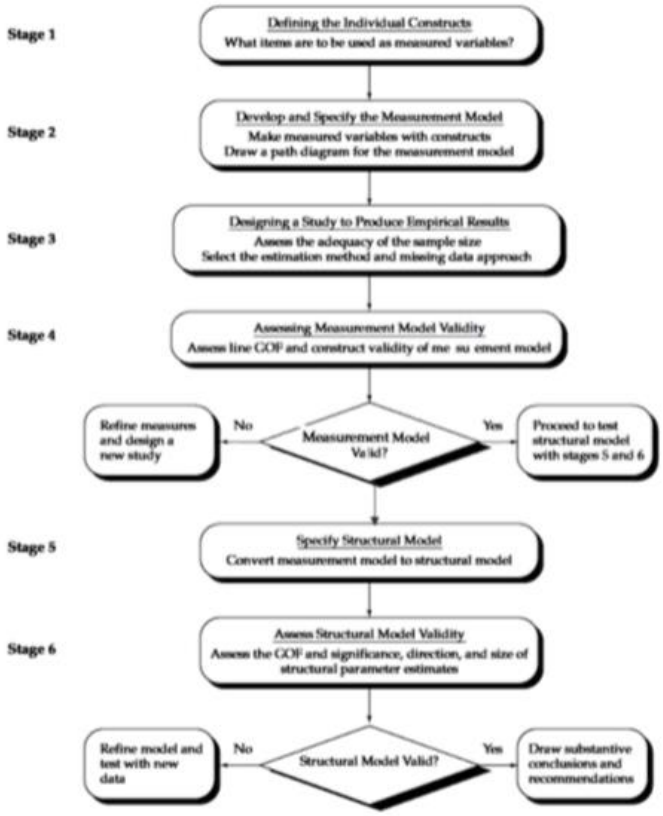
3.8.4. *Structural Equation Model* (*SEM*)

Pada penelitian ini data akan dianalisis dengan menggunakan metode structural equation model (SEM) yaitu merupakan sebuah teknik statistic multivariate yang mengabungkan aspek factor analysis dan multiple regression yang memungkinkan peneliti untuk secara simultan menganalisa serta mengukur serangkaian hubungan ketergantungan antara variabel terukur dan latent construct serta antara beberapa latent construct Hair et al., (2010). Menurut (Malhotra N. K., 2012), Structural Equation Modelling (SEM) merupakan sebuah prosedur pengukuran terhadap serangkaian hubungan ketergantungan antara konsep atau konstuk yang direpresentasikan oleh multiple measured variabels menjadi model yang terintegrasi.

Tahap pertama yang dilakukan peneliti sebelum menggunakan SEM, yaitu dengan mengumpulkan teori terlebih dahulu. Teori yang dimaksud merupakan teori yang dapat digunakan sebagai dasar konseptual dalam membangun serta merepresentasikan model penelitian. Dalam SEM, terdapat dua komponen model penelitian yaitu structural model dan measurement model Hair et al., (2010). Structural model mengacu pada variabel yang diukur dapat merepresentasikan construct. Sedangkan, measurement model akan menunjukan hubungan keterkaitan contruct satu sama lain.

Selanjutnya, untuk teknik pengelolaan data yang digunakan pada penelitian ini dalah metode Confrimatory Factor Analysis (CFA). Dengan adanya CFA, peneliti dapat menspesifikan variabel apa saja yang mendefinisikan setiap konstrak. CFA memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis yang ada dengan melihat hubungan antara variabel yang di observasi dan konstrak latent (Maholtra, 2012)

Evaluasi atau analisis terhadap model struktural mencakup pemeriksaan terhadap signifikansi koefisien yang diestimasi. Menurut Hair et al., (2010), terdapat tujuh tahapan prosedur pembentukan dan analisis SEM, yaitu:



Gambar 3. 4 Tahapan Proses SEM

Sumber : Hair et al., (2010)

1. Membentuk model teori sebagai dasar model *SEM* yang mempunyai justifikasi yang kuat. Merupakan suatu model kausal atau sebab akibat yang menyatakan hubungan antar dimensi atau variabel.
2. Membangun *path* diagram dari hubungan kausal yang dibentuk berdasarkan dasar teori. *Path* diagram tersebut memudahkan peneliti melihat hubungan- hubungan kausalitas yang diujinya.

3. Membagi *path* diagram tersebut menjadi satu set model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*structural model*).
4. Pemilihan matrik data input dan mengestimasi model yang diajukan. Perbedaan *SEM* dengan teknik multivariat lainnya adalah dalam input data yang akan digunakan dalam pemodelan dan estimasinya. *SEM* hanya menggunakan matrik varian/kovarian atau matrik korelasi sebagai data *input* untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan.
5. Menentukan *the identification of the structural model*. Langkah ini untuk menentukan model yang dispesifikasi, bukan model yang *underidentified* atau *unidentified*.
6. Mengevaluasi kriteria dari *goodness of fit* atau uji kecocokan dan menginterpretasikan hasil yang didapat dan mengubah model jika diperlukan.

3.8.4.1. Kecocokan Keseluruhan Model (*Overall of Fit*)

Tahap awal dari uji kecocokan ini ditunjukan untuk mengevaluasi secara umum derajat kecocokan atau Goodness of fit (GOF) antara data dengan model. Dalam menilai *GOF* suatu *SEM* secara menyeluruh, tidak ada satu uji *statistic* terbaik yang dapat menjelaskan kekuatan prediksi model, sehingga para peneliti yang telah mengembangkan beberapa ukuran *GOF* yang dapat digunakan secara bersamaan.

Hair et al., (2010) mengelompokan ukuran *GOF* kedalam 3 bagian, antara lain:

1. Absolute fit measures (ukuran kecocokan absolut), yaitu ukuran yang digunakan untuk menentukan derajat prediksi model keseluruhan (pengukuran dan struktural) terhadap matriks korelasi dan kovarian
2. Parcimonius fit measures (ukuran kecocokan parsimoni), yaitu ukuran yang digunakan untuk mengukur kehematan model, yaitu model yang mempunyai degree of fit setinggi-tingginya untuk setiap degree of freedom
3. Incremental fit measures (Ukuran kecocokan incremental), yaitu ukuran yang digunakan untuk membandingkan null model atau model dasar dengan model yang telah diajukan

3.8.4.2. Kecocokan Model Pengukuran (*Measurement Model Fit*)

CFA membantu peneliti untuk menguji apakah theoretical measurement model valid atau tidak valid. Uji kecocokan model pengukuran akan dilakukan terhadap setiap construct atau model pengukuran (hubungan antara suatu variabel laten dengan beberapa variabel teramati/indikator) secara terpisah melalui evaluasi

terhadap validitas dan reliabilitas dari model pengukuran Hair et al., (2010).

1. Uji Validitas

Menurut Hair et al., (2010) suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap contruct atau variabel latennya jika muatan faktor standar (Standardized Loading Factor) ≥ 0,50 dan t-value ≥1.96.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi suatu pengukuran. Reliabilitas tinggi menunjukan bahwa indikator-indikator mempunyai konsistensi tinggi dalam mengukur konstruk latennya. Berdasarkan Hair et al., (2010) ukuran tersebut dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\textit{Construct Reliability} = \frac{(\Sigma std.loading)^2}{(\Sigma std.loading)^2 + \Sigma e}$$

$$\textit{Variance Extracted} = \frac{\Sigma std.loading^2}{\Sigma std.loading^2 + \Sigma e}$$

Suatu variabel dapat dikatan memiliki reliabilitas yang baik jika nilai construct reliability (CR) di atas 0.7 dan nilai Variance Extracted diatas 0.5.

3.8.4.3. Kecocokan Model Struktural (*Structural Model Fit*)

Struktural model (*structural model*), disebut sebagai *latent variable relationship*. Dalam *SEM*, *structural model* memiliki persamaan sebagai berikut:

Confirmatory Factor Analysis (CFA) terdiri dari dua jenis pengukuran, yaitu:

1. Model pengukuran untuk variabel eksogen (variabel bebas). Persamaan umumnya:
2. Model pengukuran untuk variabel endogen (variabel tak bebas). Persamaan umumnya:

Persamaan diatas digunakan dengan asumsi:

1. ζ tidak berkorelasi dengan ξ.
2. ε tidak berkorelasi dengan η.
3. δ tidak berkorelasi dengan ξ.
4. ζ, ε, dan δ tidak saling berkorelasi (*mutually correlated*).
5. $\gamma - \beta$ adalah *non singular*.

Dimana notasi-notasi diatas meemiliki arti sebagai berikut:

y = vektor variabel endogen yang dapat diamati.

x = vektor variabel eksogen yang dapat diamati.

η (eta) = vektor random dari variabel laten endogen.

ξ (ksi) = vektor random dari variabel laten eksogen.

ε (epsilon) = vektor kekeliruan pengukuran dalam y.

δ (delta) = vektor kekeliruan pengukuran dalam x.

Λy (lambda y) = matrik koefisien regresi y atas η.

Λx (lambda x) = matrik koefisien regresi y atas ξ

γ (gamma) = matrik koefisien variabel ξ dalam persamaan sktruktural.

β (beta) = matrik koefisien variabel η dalam persamaan struktural.

ζ (zeta) = vektor kekeliruan persamaan dalam hubungan structural antara η dan ξ.

Hair et al., (2010) menjelaskan bahwa uji kecocokan model *structural* dapat dilakukan jika model pengukuran telah valid dan masuk kedalam kategori *acceptable fit*. Proses menguji validitas dari model struktural mengikuti panduan umum seperti yang tertera pada kecocokan model pengukuran (*measurement model fit)*. Uji model struktural dapat dilakukan dengan mengukur *goodness of fit* dengan menyertakan kecocokan dari nilai berikut:

1. Nilai chi-square dengan *degree of freedom* (df)
2. Satu kriteria *absolute fix index* (*GFI, RMSEA, SMRS, Normed Chi-Square*)
3. Satu kriteria incremental *fit index* (*CFI atau TLI*)
4. Satu kriteria *goodness-of-fit index* (*GFI, CLI, TLI*)
5. Satu kriteria *badness-of-fit index* (*RMSEA, SMRS*)

Berikutnya yang perlu dilakukan pada proses penelitian ini adalah menerapkan uji hipotesis dalam mengukur model *structural*. Lind et al., (2012) mendefinisikan uji hipotesis sebagai sebuah prosedur yang didasarkan pada bukti sample serta teori probabilitas

yang dapat digunakan untuk menentukan apakah hipotesis merupakan pernyataan yang masuk akal.

Menurut pernyataan yang dilakukan oleh Lind et al., (2012) dalam menguji hipotesis terdapat 5 langkah prosedur yang dapat dilakukan, antara lain:

1. *State the null hypothesis (H0) and alternative hypothesis (H1)*

   Langkah awal adalah menyatakan hipotesis nol atau H0, dimana "H" merupakan singkatan dari hipotesis dan angka 0 yang berarti "no difference". Null Hypothesis atau H0 merupakan sebuah pernyataan tentang nilai parameter sebuah populasi yang dikembangkan untuk tujuan pengujian. H0 dinyatakan ditolak jika data sampel dapat memberikan bukti yang menyakinkan bahwa itu salah. Sedangkan pernyataan hipotesis alternatif (alternative hypothesis) atau H1, diterima jika data sampel memberikan bukti yang cukup bahwa hipotesis nol itu salah.

2. *Select level of significance*

   Level of significance merupakan probabilitas yang dapat digunakan untuk menolak *null hypothesis* (H0) ketika itu benar. *Level of significance* dilambangkan dengan α (*greek letter alpha*), atau biasa juga disebut

sebagai tingkat resiko (*level of risk*). Tidak terdapat satu *level of significance* yang diaplikasikan pada semua penelitian. Dalam peneltiian ini, *level of significance* yang dapat dipakai adalah $\alpha = 0.05$ atau 5%.

Terdapat dua tipe *error* dalam *level of significance*, yaitu:

a. *Type* I *Error* (α) = Menolak *null hypothesis* ketika benar
b. *Type* II *Error* (β) = Menerima *null hypothesis* ketika salah

3. Select the test statistic

Test statistic adalah suatu nilai yang ditentukan berdasarkan informasi sampel yang digunakan untuk menentukan keputusan dalam penolakan *null hypothesis*. Dalam peneltiian ini, *test statistic* yang dipakai adalah distribusi t karena merupakan distribusi normal dan standar deviasi populasi tidak diketahui. Berdasarkan Maholtra (2012) jika *t-value* lebih besar daripada *critical value*, maka H0 ditolak, sedangkan jika *t-value* lebih kecil daripada *critical value*, maka jangan tolak H0.

4. *Formulate the decision rule*

   Decision rule adalah suatu pernyataan dari kondisi yang spesifik dimana H0 ditolak dan kondisi dimana H0 tidak ditolak. Penelitian ini menggunakan one-tailed test dengan nilai *critical value* sebesar 1.96 atau -1.96, *level of significance* = 0.05 dan *confidence level* (1-α) = 95%

5. Make a decision

   Langka terakhir dari uji hipotesis adalah menghitung *test statistic*, kemudian membandingkan t-value dengan critical value, dan membuat keputusan apakah null hypothesis (H0) ditolak atau diterima.

3.9. Model Pengukuran

Pada penelitian ini terdapat 6 (tujuh) model pengukuran berdasarkan variabel yang diukur yaitu:

1. *Data Security*

   Pada penelitian ini model terdiri dari tiga pernyataan yang merupakan *first orfer confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu brand awareness. Variabel laten ζ1 mewakili *data security* dan memiliki lima indikator pernyataan.

2. *Value Added*

Pada penelitian ini model terdiri dari tiga pernyataan yang merupakan *first orfer confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *value added*. Variabel laten ζ2 mewakili *value added* dan memiliki lima indikator pernyataan.

3. *User Design Interface*

Pada penelitian ini model terdiri dari tiga pernyataan yang merupakan *first orfer confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *user design interface*. Variabel laten ζ3 mewakili *user design interface* dan memiliki lima indikator pernyataan.

4. *Customer Trust*

Pada penelitian ini model terdiri dari tiga pernyataan yang merupakan *first orfer confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *customer trust.* Variabel laten ζ4 mewakili *customer trust* dan memiliki lima indikator pernyataan.

5. *FinTech Promotion*

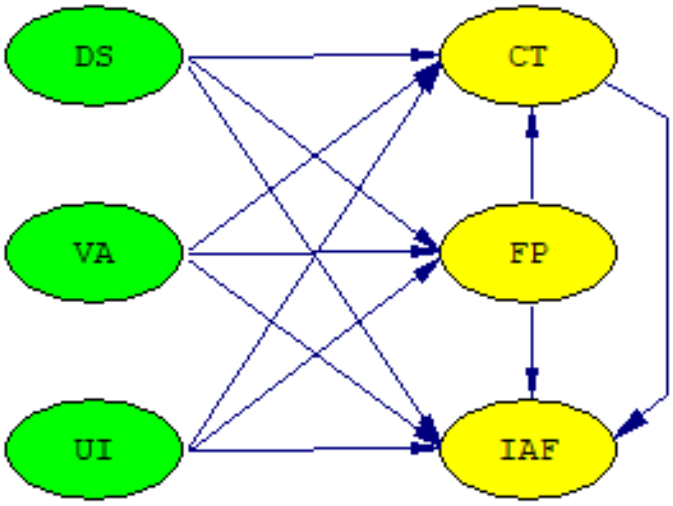
Pada penelitian ini model terdiri dari tiga pernyataan yang merupakan *first orfer confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *fintech promotion*. Variabel laten ζ5 mewakili *fintech promotion* dan memiliki lima indikator pernyataan.

6. *Intention to Adopt FinTech*

Pada penelitian ini model terdiri dari tiga pernyataan yang merupakan *first orfer confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu

variable laten yaitu *intention to adopt fintech*. Variabel laten ζ6 mewakili *intention to adopt fintech* dan memiliki lima pernyataan.

3.10. Model Keseluruhan



Gambar 3.5 Struktural Model

Sumber: Peneliti

3.11. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Hair et al., (2010) mengatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) dapat mengukur proporsi dari sebuah variabel *dependent*, yang berarti koefisien determinasi didapat dari *independent*, atau *predictor* dan variabel. Dalam hal ini harus menggunakan data dari hasil pengolahan data pada software LISREL versi 8.8 pada bagian reduced form equation.