



Hak cipta dan penggunaan kembali:

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

Copyright and reuse:

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

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Sumber : Linkaja

Gambar 3.1 Logo Linkaja

Linkaja merupakan merek layanan uang elektronik yang dioperasikan PT Fintek Karya Nusantara (Finarya). PT Fintek Karya Nusantara merupakan perusahaan buatan PT Telekomunikasi Tbk melalui PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) yang dibentuk pada tanggal 21 Januari 2019 dan difokuskan untuk menjadi penanggung jawab serta mengelola layanan keuangan berbasis teknologi Linkaja. Linkaja sebelumnya merupakan layanan dompet digital bernama Tcash dan pada tanggal 22 Febuari 2019 Tcash dikonversi menjadi Linkaja dengan tujuan untuk menghadirkan layanan keuangan yang lebih baik dan lengkap serta menjadi pemersatu layanan keuangan perusahaan-perusahaan BUMN.



Sumber : Tekno.kompas

Gambar 3.2 Penggabungan layanan keuangan menjadi Linkaja

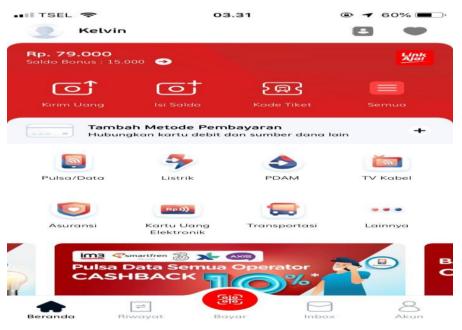
Pada gambar 3.2 dapat dilihat layanan keuangan yang kemudian dikonversi menjadi Linkaja. Dalam penggabungan layanan keuangan ini, tidak hanya Tcash saja melainkan aplikasi seperti TBank BRI, Mandiri e-cash, yap! BNI, dan UnikQu BNI, juga dikonversi dengan LinkAja. Penggabungan layanan-layanan keuangan milik BUMN ke dalam satu platform LinkAja bertujuan buat mengefisienkan layanan keuangan yang ada di bawah satu layanan berbasis QR Code. Untuk kepemilikan saham pengelola Linkaja yaitu PT Fintek Karya Nusantara saat ini dimiliki oleh Telkomsel (25%), Bank Mandiri (20%), BNI (20%), BRI (20%), Pertamina (7%), BTN (7%), dan Jiwasraya dan Danareka masin-masing (0,5%).

Dengan dikonversinya Tcash menjadi Linkaja, membuat posisi pemimpin dalam layanan keuangan ini juga berubah namun tetap oleh orang yang sama.

Danu wicaksana yang sebelumnya merupakan CEO dari Tcash dari tahun 2017-

2019, sekarang menjabat menjadi direktur PT Fintek Karya Nusantara yang bertanggung jawab atas Linkaja. Dalam melakukan pengkonversian ini Danu menyebutkan bahwa tidak ada perubahan signifikan dari perubahan Tcash menjadi Linkaja, tetapi Linkaja akan menghadirkan fitur-fitur baru dengan sistem pembayaran berbasis Quick Response (QR) Code.

Saat ini pemerintah terus mendorong agar masyarakat menggunakan transaksi non tunai dan mulai meninggalkan transaksi tunai karena dapat melakukan penghematan biaya seperti biaya cetak dan distribusi uang, cash handling, hingga administratif manajemen. PT Fintek Karya Nusantara pun memastikan komitemen penuh dalam mendukung pemerintah mendorong program GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai) dan meningkatkan inklusi keuangan melalui layanan keuangan Linkaja. Selain itu komitmen Kementrian BUMN dan seluruh bank yang tergabung dalam Himbara juga mendukung sebagai salah satu sarana mempercepat inklusi keuangan nasional.



Sumber: Linkaja

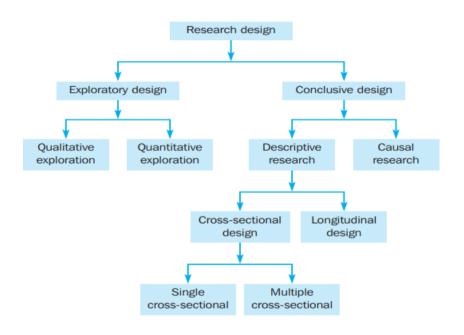
Gambar 3.3 Linkaja

Pada gambar 3.3 dapat dilihat merupakan tampilan awal dari *mobile* payment Linkaja. Layanan mobile payment Linkaja memiliki kegunaan yang dapat membantu seseorang dalam melakukan aktivitas sehari-hari seperti dalam hal pembelian pulsa dan paket data, pembayaran tagihan (tagihan Kartu HALO, tagihan Listrik pasca bayar, token listrik, PDAM, TV Kabel Langganan, PGN, BPJS, Asuransi dan lain-lain), pembayaran diberbagai merchant nasional dan lokal dengan menggunakan snap QR Code, pembelian BBM di pom bensin Pertamina yang sudah bekerjasama dengan LinkAja, pembayaran moda transportasi seperti Taksi Bluebird, Kereta Api Indonesia (KAI), Railink, Damri, dan lain-lain.

Agar Linkaja dapat terus berkembang dan menjadi yang terbaik, Linkaja memiliki misi untuk memberikan akses layanan keuangan yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat Indonesia dalam rangka mendorong peningkatan inklusi keuangan dan suksesnya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Rendahnya inkluisi keuangan di Indonesia disebabkan saat ini masih banyak masyarakat yang bertransaksi secara tunai. Hingga tahun 2018, masih sekitar 76% masyarakat menggunakan uang tunai untuk bertransaksi. Oleh karena itu diperlukan pengenalan transaksi non-tunai sehingga mampu meningkatkan inklusi keuangan di masyarakat, yaitu dengan menggunakan uang elektronik sebagai instrumen pembayaran. Selain itu Linkaja juga bertujuan untuk memerdekakan akses finansial di Indonesia. Dimana dengan keunggulan LinkAja yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat Indonesia di 34 provinsi, diharapkan dapat digunakan oleh seluruh masyarakat Indonesia dan dirasakan oleh masyarakat manfaatnya.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut (Malhotra, 2010) adalah kerangka dalam melakukan proyek penelitian pemasaran dengan menentukan rincian prosedur yang diperlukan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam menyusun ataupun memecahkan masalah penelitian pemasaran. Terdapat dua jenis desain penelitian yang dapat digunakan dalam melakukan penelitian yaitu *exploratory* research design dan conclusive research design.



Sumber: Malhotra (2010)

Gambar 3.4 Jenis desain penelitian

3.2.1 Klasifikasi Desain Penelitian Marketing

Berikut merupakan penjelasan dari *exploratory research design* dan conclusive research design, yaitu:

1. Exploratory research design

Exploratory research design merupakan jenis desain penelitian yang memiliki tujuan utama untuk memberikan ide atau pemahaman pemahaman yang lebih mendalam akan situasi masalah yang dihadapi peneliti (Malhotra, 2010).

2. Conclusive research design

Conclusive research design merupakan jenis desain penelitian yang dirancang untuk membantu pengambilan keputusan dalam menentukan, mengevaluasi dan memilih tindakan terbaik dalam situasi tertentu untuk memecahkan masalah (Malhotra, 2010).

Pada penelitian ini penulis menggunakan conclusive research design untuk melakukan pengujian hipotesis serta hubungan-hubungan antara variabel yang terdapat di dalam model penelitian. Menurut Maholtra (2010), conclusive research design terbagi kedalam dua jenis yaitu:

A. Descriptive research

Descriptive research adalah jenis penelitian yang memiliki tujuan utama untuk mendeskripsikan suatu masalah atau fenomena yang ada. Metode pengambilan data descriptive research dapat dilakukan dengan survei, panel, atau observasi.

B. Casual research

Casual research adalah jenis penelitian conclusive yang memiliki tujuan utama untuk mencari dan membuktikan suatu hubungan sebab dan akibat antar variabel (Maholtra, 2010).

Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti menggunakan jenis penelitian descriptive research untuk mendeskripsikan fenomena yang ada dari mobile payment Linkaja dengan menggunakan survei. Descriptive Research dikelompokan menjadi dua yaitu:

i. Cross sectional design

Cross sectional design merupakan jenis desain penelitian dimana pengumpulan informasi yang dilaksanakan dari setiap sample hanya satu kali. Cross sectional design terdiri dari dua teknik yaitu single cross-sectional design yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan responden untuk satu waktu sedangkan multiple cross sectional design merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan sampel dan waktu yang berbeda.

ii. Longitudinal design

Longitudinal design merupakan jenis desain penelitian dengan pengumpulan informasi yang dilaksanakan berulang kali dengan sampel populasi yang tetap. Sampel tetap sama dari waktu ke waktu, memberikan serangkaian gambar yang jika dilihat bersama akan menggambarkan situasi dan perubahan yang sedang terjadi.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti menggunakan metode *cross sectional design* dengan metode *single cross-sectional design* atau pengambilan data hanya dalam satu kelompok yaitu pengguna *mobile payment* Linkaja untuk dapat menarik kesimpulan dari data yang terkumpul. Penelitian ini secara umum akan meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* terhadap *mobile payment* Linkaja. Variabel yang terkait dalam penelitian ini

adalah perceived usefulness, perceived ease of use, compatibility, subjective norm, perceived risk, perceived trust, dan perceived cost.

Tabel 3.1 Perbedaan Qualitative research dan Quantitaive research

	Qualitative research	Quantitaive research
Objektif	Untuk mendapatkan pemahaman	Untuk mengukur data dan
	kualitatif tentang suatu alasan dan	menggeneralisasi hasil yang
	motivasi yang mendasar	diperoleh dari sampel atas
		suatu populasi yang telah
		ditentukan
Sampel	Jumlah sampel kecil dan tidak	Jumlah sampel besar dan tidak
	mewakili kasus	mewakili kasus
Pengumpulan	Tidak terstruktur	Terstruktur
data		
Analisis data	Tidak statistik	Statistik
Hasil	Berkembangnya pemahaman inti	Merekomendasikan keputusan
	yang lebih tentang suatu masalah	dalam menyelesaikan suatu
		masalah

Sumber: Malhotra, 2010

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian *quantitaive* research dimana metode pengumpulan datanya dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yang telah ditentukan. Kemudian dalam penelitian ini, memiliki jumlah sampel yang banyak untuk menggambarkan populasi, serta data diperoleh berdasarkan statistik dan bertujuan untuk pengambilan keputusan.

3.2.2 Research data (Data penelitian)

Menurut Malhotra (2010), terdapat dua macam data yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Berikut merupakan penjelasannya:

A. Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dan bertujuan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian. Biasanya pengumpulan dan perolehan data primer membutuhkan biaya yang relatif tinggi serta waktu yang lebih lama dibanding data sekunder karena secara peneliti langsung yang mencari data primer serta sumbernya.

B. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk tujuan lain selain menyelesaikan masalah utama yang sedang diteliti dan data ini dikumpulkan dari berbagai macam studi kasus yang bertujuan mendukung penelitian.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer dan juga data sekunder. Peneliti menggunakan data primer yaitu dengan melakukan penyebaran kuisioner secara langsung kepada responden yang pernah menggunakan layanan *mobile payment* Linkaja. Pada penelitian menggunakan data sekunder, penulis mengambil berbagai macam informasi serta data dari berbagai macam sumber seperti jurnal, artikel, dan buku *literature*.

3.3 Ruang lingkup penelitian

3.3.1 Target populasi

Target populasi adalah penggabungan beberapa elemen atau objek yang memiliki kesamaan karakteristik dan dibutuhkan oleh peneliti untuk menyelesaikan masalah penelitian (Malhotra, 2010). Target populasi dalam penelitian ini ditujukan kepada seluruh pengguna layanan *mobile payment* Linkaja. Target populasi terdiri dari 4 aspek yaitu *element, sampling unit, extent dan time frame*.

Menurut Malhotra (2010) element adalah objek yang memiliki informasi yang dibutuhkan dan dicari oleh peneliti yaitu responden yang dapat membantu peneliti untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Sampling unit adalah dasar yang berisi unsur-unsur dari target populasi yang kemudian akan dijadikan sampel. Dalam penelitian ini sampling unit yang digunakan adalah orang yang mengetahui layanan mobile payment Linkaja, orang yang pernah menggunakan layanan mobile payment Linkaja, orang yang memiliki layanan mobile payment Linkaja, dan orang yang saat ini menggunakan layanan mobile payment Linkaja. Pembatasan extent dalam penelitian ini adalah wilayah jabodetabek. Hal ini agar membatasi cakupan penelitian tidak terlalu luas. Time frame adalah jangka waktu yang dibutuhkan peneliti untuk melaksanakan penelitan mulai dari memperoleh data dan melakukan proses olah data (Malhotra, 2010). Time frame dalam penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2019 hingga akhir Desember 2019. Untuk penyebaran kuisioner mulai dilakukan pada November 2019 hingga akhir Desember 2019.

3.3.2 Sampling Frame

Sampling frame adalah sebuah representasi dari unsur-unsur populasi target yang terdiri dari sekumpulan atau daftar arahan untuk mengidentifikasi populasi target (Malhotra, 2010). Dalam penelitian ini tidak memiliki sampling

frame karena tidak memiliki *list* orang yang pernah menggunakan Linkaja mau menggunakan kembali Linkaja atau tidak. Oleh karena itu dalam penelitian ini tidak dapat menggunakan *probability sampling*, sehingga metode pengambilan data yang digunakan adalah *non probability sampling* dimana tidak semua orang dapat menjadi responden karena dalam penelitian ini membutuhkan kriteria tertentu agar dapat menjadi responden.

3.3.3 Sampling Techniques

Menurut Malhotra (2010) *sampling techniques* terbagi ke dalam 2 jenis yaitu :

1. Probability sampling

Probability sampling adalah prosedur pengambilan data dimana setiap elemen populasi memiliki probabilitas/kemungkinan peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Malhotra, 2010).

2. Non-probability sampling

Non-probability sampling adalah sebuah teknik sampling dimana tidak semua orang memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel dalam penelitian tersebut.

Malhotra (2010) berpendapat bahwa terdapat 4 teknik *non-probability* sampling yang dapat digunakan yaitu:

1. Convenience sampling

Convenience sampling merupakan teknik non-probability sampling yang metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara yang mudah karena responden dapat menjawab tanpa dikualifikasi terlebih dahulu.

2. Judgemental sampling

Judgemental sampling merupakan teknik non-probability sampling dimana elemen populasi yang dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti. Elemen tersebut dianggap dapat mempresentasikan populasi yang bersangkutan.

3.Quota sampling

Quota Sampling merupakan teknik non-probability sampling yang memiliki dua tahap. Tahap pertama adalah dengan menentukan kuota dari masing-masing elemen populasi. Tahap kedua adalah dengan mengambil sampel berdasarkan teknik Convenience sampling atau Judgemental sampling.

4. *Snowball sampling*

Snowball sampling merupakan teknik non-probability sampling dimana peneliti memilih kelompok responden secara acak atau mempunyai karakteristik yang sesuai dengan kriteria responden. Kemudian responden selanjutnya dipilih berdasarkan referensi dari kelompok responden sebelumnya. Proses ini terus berlanjut sehingga menciptakan efek snowball/meluas.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *judgemental sampling*. Peneliti menggunakan metode *judgemental sampling* karena peneliti ingin memperoleh

responden yang sesuai dengan kriteria dalam penelitian ini yaitu konsumen yang sudah pernah menggunakan layanan keuangan Linkaja.

3.3.4 Sampling Size

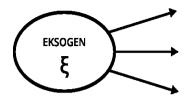
Menurut Malhotra (2010), sampling size adalah jumlah elemen yang akan dimasukan ke dalam sebuah penelitian. Penentuan jumlah sampel ditentukan berdasarkan dari banyaknya jumlah pertanyaan yang ditanyakan ke dalam kuisioner tersebut. Menurut Hair *et al.*, (2010) landasan untuk menentukan ukuran minimal sampel penelitian sebagai berikut:

- 1. Sampel harus lebih banyak dari jumlah variabel
- 2. Jumlah minimal sampel untuk diteliti adalah 50 observasi
- 3. Jumlah sampel minimal untuk observasi adalah 5. Dalam penelitian ini terdapat 32 indikator yang berarti jumlah indikator tersebut dikalikan 5. Jadi total nya adalah $32 \times 5 = 160$ responden.

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Eksogen

Variabel eksogen adalah variabel yang selalu muncul dan berperan sebagai variabel bebas atau variabel independen (Hair et al., 2010). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel eksogen adalah perceived usefulness, perceived ease of use, compatibilty, subjective norm, perceived risk, perceived trust dan perceived cost.

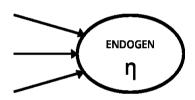


Sumber: Hair et al., 2010

Gambar 3.5 Variabel eksogen

3.4.2 Variabel Endogen

Variabel endogen adalah variabel yang terikat (variabel dependen) pada variabel lain dan paling sedikit terdapat satu persamaan di dalam model. Variabel endogen digambarkan sebagai lingkarang yang setidaknya memiliki satu anak panah yang mengarah kepada variabel tersebut (Hair *et al.*, 2010). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel endogen adalah *behavioral intention*.



Sumber: Hair et al., 2010

Gambar 3.6 Variabel endogen

3.4.3 Variabel Teramati

Variabel teramati (*observer variable*) atau variable terukur (*measure variable*) adalah variabel yang disebut juga sebagai indikator dalam penelitian dan dapat diukur secara empiris (Hair *et al.*, 2010). Indikator merupakan nilai observasi yang digunakan untuk mengukur variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung. Pada metode survey menggunakan kuisioner dapat mewakili variabel terukur atau variabel teramati. Dalam penelitian ini terdapat 25

pertanyaan pada kuisioner, sehingga jumlah variabel teramati ini berjumlah 25 indikator.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan indikator-indikator untuk mengukur setiap variabel yang ada dalam model penelitian. Oleh karena itu, dibutuhkan indikator yang sesuai agar dapat mengukur variabel-variabel tersebut secara akurat. Kemudian definisi operasional dibutuhkan untuk memudahkan dalam mengerti variabel-variabel tersebut, dan definisi variabel tersebut disusun berdasarkan teori yang diperoleh dari jurnal serta *literature*. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah 7 *likert scale point*. Untuk 1 menggambarkan sangat tidak setuju dan 7 menggambarkan sangat setuju.

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Measurement	Sumber	Scale
	Penelitian					Technique
1	Perceived	Perceived Usefulness	I believe that using m-	Menurut saya		
	Usefulness	adalah sejauh mana	payment will enable me	menggunakan <i>Linkaja</i>		
		seorang individu percaya	to pay more quickly.	akan membuat		
		bahwa menggunakan		pembayaran saya lebih		
		layanan mobile payment		cepat		
		akan meningkatkan	I believe that using m-	Menurut saya		
		kinerja dan produktivitas	payment will enhance	menggunakan <i>Linkaja</i>		
		dalam melakukan	my payment	akan membuat saya		
		transaksi pembayaran	effectiveness (e.g.	membayar dengan lebih		
		(Phonthanukitithaworn et	using m- payment will	menghemat waktu	Phonthanu	1-7 Scale
		al., 2016).	enable me to conduct a		kitithaworn <i>et al</i> .,	Likert
			payment transaction		2016.	
			whenever I want).			

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Measurement	Sumber	Scale
	Penelitian					Technique
			I believe that using m-	Menurut saya		
			payment will make it	menggunakan <i>Linkaja</i>		
			easier for me to	akan membuat		
			conduct payment	pembayaran saya lebih		
			transactions.	mudah		
			Mobile payment	Menurut saya Linkaja	Schierz et al., 2010	
			services are a useful	adalah layanan		
			mode of payment	pembayaran yang		
				berguna bagi saya		

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Measurement	Sumber	Scale
	Penelitian					Technique
2	Perceived	Perceived Ease Of Use	I believe that m-	Menurut saya Linkaja		
	Ease Of Use	adalah sejauh mana	payment is easy to use.	mudah untuk digunakan		
		sesorang percaya bahwa	I believe that I will find	Menurut saya prosedur		
		menggunakan layanan <i>m</i> -	m-payment procedures	transaksi <i>Linkaja</i>		
		payment akan relatif	(e.g. registering with a	mudah untuk digunakan		
		bebas dari upaya fisik dan	service provider,			
		mental.	initialising and			
		(Phonthanukitithaworn et	authorising the			
		al., 2016).	transaction) to be		Phonthanu	1-7 Scale
			flexible to interact with.		kitithaworn et al.,	Likert
			I believe that I will find	Menurut saya mudah	2016.	
			it easy to get m-	untuk melakukan		
			payment to do what I	pembayaran yang saya		

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Measurement	Sumber	Scale
	Penelitian					Technique
			want it to do.	inginkan dengan		
				menggunakan <i>Linkaja</i>		
			The interaction with	Menurut saya Linkaja	Schierz et al., 2010	
			mobile payment	mudah dipahami dalam		
			services is clear and	bertransaksi		
			understandable			
3	Compatibility	Compatibility adalah	I believe that using m-	Menurut saya		
		sejauh mana pengadopsi	payment will fit well	menggunakan <i>Linkaja</i>		
		potensial memandang	with my lifestyle.	cocok dengan gaya		
		suatu inovasi untuk bisa		hidup saya yang		

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Measurement	Sumber	Scale
	Penelitian					Technique
		konsisten dengan		cashless	Phonthanukitithaworn	
		kebutuhan, kebiasaan,	I believe that using m-	Menurut saya	et al., 2016.	
		pengalaman masa lalu,	payment will fit well	menggunakan <i>Linkaja</i>		
		nilai-nilai yang ada, serta	with the way I like to	akan sesuai dengan cara		1-7 Scale
		keyakinan pribadi.	conduct my payment	bertransaksi yang saya		Likert
		(Rogers, 2003) dalam	transactions.	sukai		
		jurnal (Phonthanu	I believe that using m-	Menurut saya		
		kitithaworn et al., 2016).	payment will be	menggunakan <i>Linkaja</i>		
			completely compatible	akan sesuai dengan		
			with my current	lingkungan saya saat ini		
			situation.			
			I would appreciate	Saya lebih menyukai	Schierz et al., 2010	
			using mobile payment	layanan pembayaran		

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Measurement	Sumber	Scale
	Penelitian					Technique
			services instead of	Linkaja dibandingkan		
			alternative modes of	dengan model		
			payment (e.g., credit	pembayaran lainnya		
			card, cash)	seperti kartu kredit atau		
				cash.		
4	Subjective	Subjective norm adalah	People who are	Orang disekitar saya		
	Norm	sejauh mana seseorang	important to me think I	berfikir bahwa saya		
		memperhatikan dan	should use m-payment	seharusnya		
		dipengaruhi oleh	(e.g. I think my parents	menggunakan <i>Linkaja</i>	(Phonthanukitithaworn	1-7 Scale
		pendapat orang-orang	would	dalam bertransaksi	et al., (2016)	Likert
		yang penting baginya	like me to use m-			
		sambil	payment).			
		mempertimbangkan	People whose opinions	Orang yang		

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Measurement	Sumber	Scale
	Penelitian					Technique
		untuk melakukan	I value will prefer me to	pendapatnya saya		
		aktivitas tertentu.	use m-payment.	hargai akan mendukung		
		(Fishben dan Ajzen,		saya untuk		
		1975) dalam jurnal		menggunakan Linkaja		
		Phonthanukitithaworn et		dalam bertransaksi		
		al., (2016)	People who are	Orang disekitar saya		
			important to me (e.g.	akan mendukung saya		
			family members, close	untuk menggunakan		
			friends, and colleagues)	<i>Linkaja</i> dalam		
			will	bertransaksi		
			support my use of m-			
			payment.			
			People who are	Orang disekitar saya	Schierz et al., 2010	

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Measurement	Sumber	Scale
	Penelitian					Technique
			important to me would	akan merasa		
			find using mobile	menggunakan Linkaja		
			payment services a	adalah ide yang bagus		
			good idea			
5	Perceived	Perceived trust adalah	I believe that m-	Menurut saya Linkaja		
	trust	kesediaan suatu pihak	payment parties are	transparan terhadap		
		untuk menjadi rentan	honest.	konsumen terkait		
		terhadap tindakan dari		dengan transaksi yang		
		pihak lain berdasarkan		terjadi		
		harapan bahwa pihak lain	I believe that m-	Menurut saya transaksi		
		akan melakukan tindakan	payment parties will	di <i>Linkaja</i> akan		
		tertentu yang penting	offer a secure m-	terpercaya		
		untuk kepercayaan atau	payment service.	keamanannya		

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Measurement	Sumber	Scale
	Penelitian					Technique
		terlepas dari kemampuan	I believe that m-	Menurut saya transaksi		
		nya memantau atau	payment parties will	di <i>Linkaja</i> tidak akan		
		mengendalikan pihak lain	not take advantage of	mengambil keuntungan		
		tersebut. (Mayer et al,.	те.	dari saya secara sepihak	(Phonthanukitithaowrn	1-7 Scale
		1995)			et al.,2016)	Likert
			I believe NFC MP	Menurut saya, Linkaja	Khalilzadeh et al.,	
			service providers keep	memperhatikan	2017	
			customer's interests in	kepentingan		
			mind	penggunanya		
6	Perceived	Perceived risk adalah	In general, I believe	Pada umumnya,		
	Risk	perasaan yang	that using m-payment	menurut saya		
		mencerminkan	to conduct a payment	menggunakan <i>Linkaja</i>		
		ketidakpastian akan	transaction will be	akan beresiko dalam		

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Measurement	Sumber	Scale
	Penelitian					Technique
		terjadi nya kemungkinan	risky	bertransaksi		
		konsekuensi negatif dari	I believe that there will	Menurut saya akan ada		
		penggunaan produk atau	be high potential for	resiko penyalahgunaan		
		layanan jasa. (Featherman	loss associated with	data pribadi Linkaja		
		dan Pavlou, 2003)	using m-payment (for	oleh pihak eksternal		
			instance,	ketika menggunakan		
			loss of my financial	linkaja		
			details to thieves).		(Phonthanukitithaowrn	1-7 Scale
			I believe that there will	Menurut saya akan ada	(2016)	Likert
			be too much	resiko terjadinya		
			uncertainty associated	masalah teknis ketika		
			with using m-payment	menggunakan <i>Linkaja</i>		
			(for instance,	(contohnya uang yang		

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Measurement	Sumber	Scale
	Penelitian					Technique
			money does not get	tidak masuk ketika		
			through to the receiver	topup karena sinyal		
			due to a network	yang buruk)		
			problem).			
			I believe that using m-	Menurut saya		
			payment will involve	menggunakan <i>Linkaja</i>		
			many unexpected	akan menimbulkan		
			problems (for instance,	masalah yang tidak		
			overcharging from	terduga (contohnya		
			merchants or credit	tagihan yang tidak		
			card providers).	sesuai kepada		
				konsumen)		
7	Perceived	Perceived cost adalah	I believe that the	Menurut saya biaya		

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Measurement	Sumber	Scale
	Penelitian					Technique
	cost	adalah sejauh mana	transaction fees for	bertransaksi (top up,		
		seseorang percaya bahwa	using m-payment will	transfer) dengan		
		menggunakan layanan	be high.	menggunakan <i>Linkaja</i>		
		pembayaran mobile		akan tinggi.		
		payment akan dikenakan	I believe that the	Menurut saya biaya		
		biaya tambahan. (Luarn	communication or	akses dalam		
		dan Lin, 2015) dalam	access fees for using m-	bertransaksi		
		jurnal	payment will be high.	menggunakan <i>Linkaja</i>		
		(Phonthanukitithaworn et		akan tinggi		
		al., 2016)	Overall, I believe that	Secara umum, menurut	(Phonthanukitithaworn	1-7 Scale
			using m-payment will	saya menggunakan	et al., 2016)	Likert
			cost me a lot of money.	<i>Linkaja</i> akan		
				mengeluarkan banyak		

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Measurement	Sumber	Scale
	Penelitian					Technique
				uang		
			It would cost a lot to	Menurut saya	Liu et al., 2019	
			use mobile payments	menggunakan Linkaja		
				akan membutuhkan		
				banyak biaya tambahan		
8	Behavioral	Behavioral intention	I intend to continue	Saya ingin terus		
	intention	adalah sikap terhadap	using mobile Internet in	menggunakan <i>Linkaja</i>		
		pembelian produk	the future	untuk seterusnya		
		berdasarkan pengalaman	I will always try to use	Saya akan terus		
		sebelumnya dimana sikap	mobile Internet in my	mengusahakan		1-7 Scale
		ini berkaitan dengan niat	daily life	menggunakan <i>Linkaja</i>		Likert
		konsumen untuk membeli		di kehidupan sehari-hari	Venkates et al., 2000	
		kembali atau	I plan to continue to	Saya berencana untuk		

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Measurement	Sumber	Scale
	Penelitian					Technique
		merekomendasikan	use mobile Internet	menggunakan <i>Linkaja</i>		
		layanan atau produk	frequently	secara rutin		
		kepada orang lain (Oliver,				
		1997) dalam jurnal				
		(Kruger dan Saayman,				
		2017)				
			I Intend to increase my	Saya berniat untuk	Luarn dan Lin, 2005	
			use of mobile banking	meningkatkan		
			in the future	penggunaan Linkaja		
				untuk seterusnya		

3.6 Teknik Analisis

3.6.1 Analisi Deskriptif

Menurut Zikmund *et al.*,(2013) analisis deskriptif adalah proses transformasi data mentah dengan cara menggambarkan karakteristik dasar seperti kecenderungan, distribusi, dan variabilitas sentral. Pada penelitian ini, penulis menggunakan analisis deskriptif untuk mengelompokan jawaban-jawaban responden yang telah dikumpulkan sesuai dengan kriteria dalam penelitian ini. Pengukuran yang digunakan untuk data yang sudah menjadi data deskripsi diukur menggunakan skala interval. Skala interval menurut Zikmund *et al.*, (2013) merupakan skala yang memiliki sifat nominal dan ordinal. Skala interval ini juga menangkap informasi tentang perbedaan dalam jumlah konsep dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala interval untuk mengukur opini dan perilaku konsumen dalam mendeskripsikan perilaku dan sikap konsumen ketika menggunakan Linkaja dalam bertransaksi.

3.6.2 Analisis Kuisioner

Menurut Maholtra (2010), kuisioner merupakan teknik terstruktur untuk melakukan pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan baik pertanyaan itu berupa lisan ataupun tertulis yang telah dijawab oleh responden. Pertama, kuisioner tersebut 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

dapat meminimalisasikan kesalahan dalam tanggapan (Malhotra, 2010). Dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuisoner secara *online* dan *offline*.

3.6.3 Uji Pre-test

Menurut Malhotra (2010) uji pretest merupakan survey yang cenderung tidak terstruktur dibandingkan dengan survey skala besar yang secara umum berisikan pertanyaan terbuka dan jumlah sampel yang lebih sedikit. Dalam uji pretest yang dilakukan, penulis menyebarkan kuisioner secara *offline*, kemudian pengolahan data dilakukan dengan software SPSS versi 23 untuk menguji validitas dan reliabilitas yang hasilnya dapat diandalkan dan konsisten.

3.6.4 Uji Validitas

Menurut Malhotra (2010), sebuah indikator dapat diketahui valid atau tidak setelah melalui uji validitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan menghasilkan hasil yang akurat. Semakin tinggi validitas maka akan menunjukan semakin valid atau sah indikator tersebut dalam penelitian. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan metode *factor analysis*. Ada beberapa syarat yang harus dipenuhi jika suatu alat ukur dapat dikatakan valid yaitu:

Tabel 3.2 Ukuran Validitas

No	Ukuran Validitas	Nilai di syaratkan		
1	Kaiser Meyer-Olkin (KMO)	• Nilai KMO ≥ 0.5 dimana		
	Measure of Sampling adequacy	mengindikasikan bahwa		
	Merupakan sebuah indeks yang digunakan	analisis faktor telah memadai		

	untuk menilai tingkat kewajaran dari faktor	dalam hal jumlah sampel.
	analisis (Malhotra, 2010)	• Jika KMO < 0.5 maka
		mengindikasikan analisis
		faktor tidak memadai dalam
		jumlah hal sampel.
2	Barlent's Test of Sphericity	•Jika hasil nilai uji signifikan
	Uji statistik yang digunakan yang digunakan	≤ 0.05 menunjukan
	untuk menguji hipotesis untuk mengukur	hubungan yang signifikan
	korelasi antar variabel	antar variabel (Malhotra,
		2010)
3	Anti Image Matrices	•Nilai MSA = 1 menandakan
	Untuk memprediksi apakah suatu variabel	bahwa variabel dapat
	memiliki kesalahan terhadap variabel lain. Nilai	diprediksi tanpa kesalahan
	MSA berkisar antara 0 sampai dengan 1 (Hair et	oleh variabel lain
	al., 2009)	•Nilai MSA ≥ 0.50
		menandakan bahwa variabel
		masih dapat diprediksi dan
		dapat dianalisis lebih lanjut
		•Nilai MSA ≤ 0.50
		menandakan bahwa variabel
		tidak dapat dianalisis lebih
		lanjut (Malhotra, 2010)
4	Factor Loading of Component Matrix	Kriteria Validitas suatu

Merupakan besarnya korelasi suatu indikator dengan faktor yang terbentuk. Tujuannya untuk menentukan validitas setiap indikator dalam mengkonstruk setiap variabel indikator itu dikatakan valid membentuk suatu faktor, jika memiliki faktor loading diatas 0.50 (Malhotra, 2010)

3.6.5 Uji Reliabilitas

Menurut Malhotra (2010), suatu kuisioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban dari responden menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Jadi jika jawaban suatu alat ukur atau indikator tersebut digunakan berkali-kali tetap akan menghasilkan hasil yang konsisten.

Menurut Malhotra (2010), agar dapat melihat sebuah indikator tersbut reliabel atau tidak, maka alat ukur yang digunakan adalah cronbach's alpha. Cronbach's alpha merupakan ukuran dalam mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan dari suatu variabel. Variabel dinilai reliabel jika Cronbach's alpha nilainya ≥ 0.6 .

3.7 Structural Equation Model (SEM)

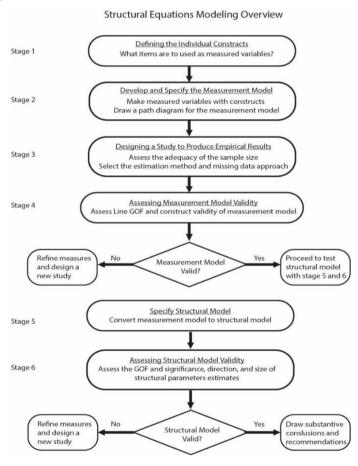
Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM). *Structural Equation Model* (SEM) merupakan teknik *statistic multivariate* yang menggabungkan aspek-aspek dalam regresi berganda yang bertujuan menguji hubungan dependen dan analisis faktor yang menyajikan konsep faktor tidak terukur dengan variabel multi yang digunakan untuk

memperkirakan serangkaian hubungan dependen yang saling mempengaruhi secara bersamaan (Hair *et al.*, 2010).

Untuk melakukan analisis hasil penelitian menggunakan metode SEM (*Structural Equation Model*) software yang digunakan adalah Lisrel versi 8.8 untuk melakukan uji validitas, reliabilitas, dan uji hipotesis penelitian.

3.7.1 Tahapan Prosedur SEM (Structural Equation Model)

Ada beberapa tahapan prosedur untuk melakukan uji *Structural Equation Model (SEM)* yaitu:



Sumber: Hair et al., 2010

Gambar 3.7 Prosedur Structural Equation Model

1. Mendefinisikan masing-masing construct dan indikator yang

digunakan untuk mengukur masing-masing *construct* tersebut.

Berdasarkan penelitian sebelumny, *construct* dapat didefinisikan dan dioperasionalkan sebagaimana dalam penelitian sebelumnya para peneliti dapat melakukan pencarian literatur pada *construct* individu dan mengidentifikasikan skala yang sebelumnya berperforma baik.

- 2. Membuat diagram measurement model atau model pengukuran
- 3. Menentukan jumlah sampe yang akan diambil dan memilih metode estimasi dan pendekatan untuk menangani *missing* data.
- 4. Mengukur validitas atau kecocokan *measurement model*. Jika measurement model telah dinyatakan valid, maka dapat dilanjutkan ke tahap 5 dan 6
- Melanjutkan dengan merubah measurement model menjadi structural model. Langkah ini diperlukan untuk menentukan model mana yang ingin difokuskan.
- Menilai apakah measurement model memiliki validitas atau kecocokan. Jika memiliki tingkat validitas yang baik, maka dapat diambil kesimpulan dari peneltian tersebut.

3.7.3 Kecocokan Model Struktural

Kecocokan model struktural atau disebut juga dengan *Goodness-of-fit* bertujuan untuk membantu peneliti dalam mengkonfirmasi kaitan antara indikator dengan variabel yang diukur cocok atau tidak. Menurut Hair *et al.*, (2010) GOF (*Goodness-of-fit*) dikelompokan jadi 3 bagian yaitu:

1. Absolute fit measurement (ukuran kecocokan absolut), berfungsi untuk menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan

- pengukuran) terhadap matriks korelasi dan kovarian.
- Incremental fit measurement (ukuran kecocokan incremental), berfungsi untuk membandingkan model yang diusulkan dengan null model atau model dasar (model dengan semua korelasi diantara variabel nol).
- 3. Parsimonius fit measure (ukuran kecocokan parsimoni), berfungsi untuk mengukur kesederhanaan model, yaitu model yang mempunyai degree of fit setinggi-tingginya untuk setiap degree of freedom.

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menguji kecocokan dan pemeriksaan kecocokan. Berikut di tabel 3.3 dapat dilihat secara rinci hal yang harus diperhatikan dalam menguji kecocokan dan pemeriksaan kecocokan, yaitu :

Tabel 3.3 Goodness of Fit

	Fit Indices		Cut off Values for GOF Indices						
			N < 250			N > 250			
		M≤12	12 <m<30< th=""><th>M ≥ 30</th><th>M<12</th><th>12<m<30< th=""><th>M ≥ 30</th></m<30<></th></m<30<>	M ≥ 30	M<12	12 <m<30< th=""><th>M ≥ 30</th></m<30<>	M ≥ 30		
Absolute Fit	t Indices			l .					
1	Chi-Square (χ²)	Insignificant p-values expected	Significant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Insignificant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Significant p-values expected		
2	GFI	GFI > 0.90	•		•				
3	RMSEA	RMSEA <0.08 with CFI≥0.97	RMSEA <0.08 with CFI≥0.95	RMSEA <0.08 with CFI>0.92	RMSEA <0.07 with CFI≥0.97	RMSEA <0.07 with CFI≥0.92	RMSEA <0.07 with CFI ≥0.90		
4	SRMR	Biased upward, use other indices	SRMR \leq 0.08 (with CFI \geq 0.95)	SRMR < 0.09 (with CFI >0.92)	Biased upward, use other indices	$SRMR \le 0.08$ (with CFI >0.92)	SRMR \leq 0.08 (with CFI >0.92)		
5	Normed Chi-Square (χ²/DF)	$(\chi^2/DF) < 3$ is very	good or $2 \le (\chi^2/DF) \le$	5 is acceptable					
Incremental	Fit Indices								
1	NFI	$0 \le NFI \le 1$, model v of 1	with perfect fit woul	d produce an NFI					
2	TLI	TLI ≥0.97	TLI ≥0.95	TLI >0.92	TLI ≥0.95	TLI >0.92	TLI >0.90		
3	CFI	CF1 ≥0.97	CFI ≥0.95	CFI >0.92	CFI≥0.95	CFI >0.92	CF1 >0.90		
4	RNI	May not diagnose misspecification well	RNI ≥0.95	RNI >0.92	RNI ≥0.95, not used with N >1,000	RNI >0.92, not used with N >1,000	RNI >0.90, not used with N >1,000		
Parsimony F	Fit Indices								
1	AGFI	No statistical test is associated with AGFI, only guidelines to fit							
2	PNFI	0 ≤PNFI≤1, relativ	ely high values rep	resent relatively bett	er fit				

Sumber: Hair et al., (2010)

3.7.3 Kecocokan Model Pengukuran (Measurement Model Fit)

Uji kecocokan model pengukuran dilakukan terhadap setiap model pengukuran yang menentukan (hubungan antara variabel laten dengan beberapa variabel teramati) secara terpisah melalui uji validitas dan uji reliabilitas (Hair *et al.*, 2010).

1. Uji validitas

Suatu validitas dapat disebut memiliki validitas yang baik terhadap variabel atau konstruk jika starndardized factor loading ≥ 0.5 dan nilai t-hitung lebih besar dari nilai kritis (≥ 1.96)

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkatan yang menunjukan bahwa indikatorindikator mempunyai konsistensi yang tinggi dalam mengukur variabel latent. (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010). Untuk mengukur reliabilitas terdapat 2 pengukuran yaitu:

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

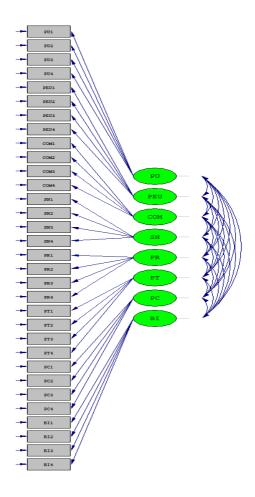
Variance Extracted = $\frac{\Sigma std.loading^2}{\Sigma std.loading^2 + \Sigma e}$

Sumber : (Hair *et al.*,2010)

Gambar 3.8 Rumus Evaluasi Reliabilitas

Menurut Hair *et al.*, (2009), nilai *Construct Reliability* (CR) harus diatas 0.7 dan nilai *Variance Extracted* diatas 0.5. Berikut pada gambar dibawah

merupakan model pengukuran atau *measurement model* dalam penelitian ini, yaitu



Sumber: Pengolahan data primer 2019

:

Gambar 3.9 Measurement Model

3.8 Analisis Hubungan Kausal

Uji hipotesis adalah sebuah prosedur yang berdasarkan bukti sampel dan probabilitas digunakan untuk menentukan apakah hipotesis tersebut adalah pertanyaan yang masuk akal (Lind *et al.*, 2012). Menurut Lind *et al.*, (2012), uji hipotesis terdiri dari 5 tahapan yaitu :

1. Hipotesis Nol (H0) dan Hipotesis Alternatif (State Null and Alternative Hypotesis)

Langkah pertama yaitu membuat pernyataan hipotesis yang akan diuji disebut dengan hipotesis 0 atau H0. Huruf "H" melambangkan singkatan dari hipotesis dan angka 0 melambangkan "no difference". Null hypotesis atau H0 merupakan sebuah pernyataan tentang nilai parameter sebuah populasi yang dikembangkan untuk tujuan pengujian. H0 tidak akan ditolak sampai data sampel mendukung keyakinan bahwa pernyataan tersebut salah. Sedangkan pernyataan hipotesis alternatif atau H1, diterima jika data sampel memberikan bukti yang cukup bahwa H0 itu salah

2. Pilih Tingkat Signifikansi (Select a level of Significance)

Setelah membuat hipotesis nol dan hipotesis alternatif, langkah selanjutnya adalah menyatakan tingkat signifikansi. *Level of Significance* (a) atau tingkat signifikansi merupakan probabilitas untuk menolak *null hypotesis* atau hipotesis nol jika itu benar. Dalam penelitian ini, *Level of Significance* (a) ayng digunakan adalah $\alpha = 0.05$ atau 5%. Pada *level of significance* terdapat 2 jenis error, yaitu :

a. Type error (a)

Menolak *Null hypotesis* ketika benar. Tipe error ini juga dikenal sebagai *level of significance*.

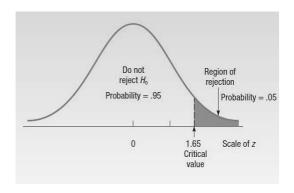
b. Type error (β)

Tipe *error* terjadi ketika hasil sampel tidak menunjukan penolakan H0 dengan kata lain menerima *Null hypotesis* ketika salah.

3. Pilih Statistik Uji (Select The Test Statistic)

Tes statistik atau uji statistik merupakan suatu nilai yang ditentukan dari informasi sampel yang digunakan untuk menentukan keputusan apakah hipotesis nol akan ditolak. Menurut Malhotra (2010) jika *t-value* lebih besar daripada *critical value*, maka H0 ditolak. Sedangkan jika *t-value* lebih kecil dari *critical value* maka jangan tolak H0.

4. Merumuskan aturan keputusan(Formulate the decision rule)



Sumber : Lind *et al.*,(2012)

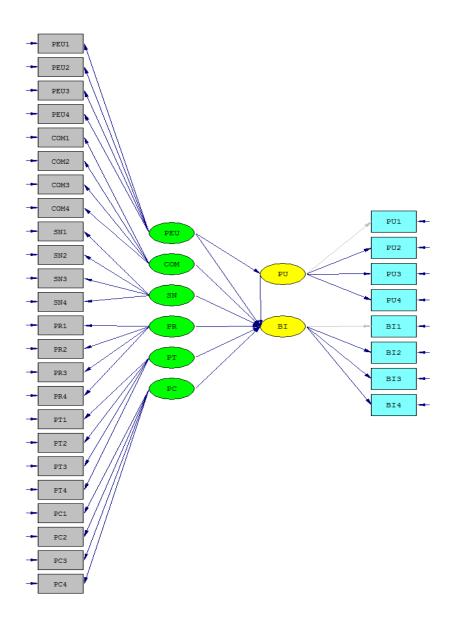
Gambar 3.10 One tailed test

Decision rule adalah suatu pernyataan dari kondisi yang spesifik dimana H0 ditolak dan kondisi dimana H0 tidak ditolak. Pada penelitian ini menggunakan one tailed test dengan nilai critical value sebesar 1.65, level of significance = 0.05 dan confidence level $(1-\alpha) = 95\%$.

5. Make a decision

Tahap akhir dalam pengujian hipotesis adalah menghitung uji statistik, kemudian membandingkan *t-value* dengan *critical value* dan membuat keputusan apakah H0 akan ditolak atau tidak ditolak.

Berikut pada gambar dibawah ini menunjukan *structural model* atau model keseluruhan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :



Sumber: Pengolahan data primer

Gambar 3.10 Structural model