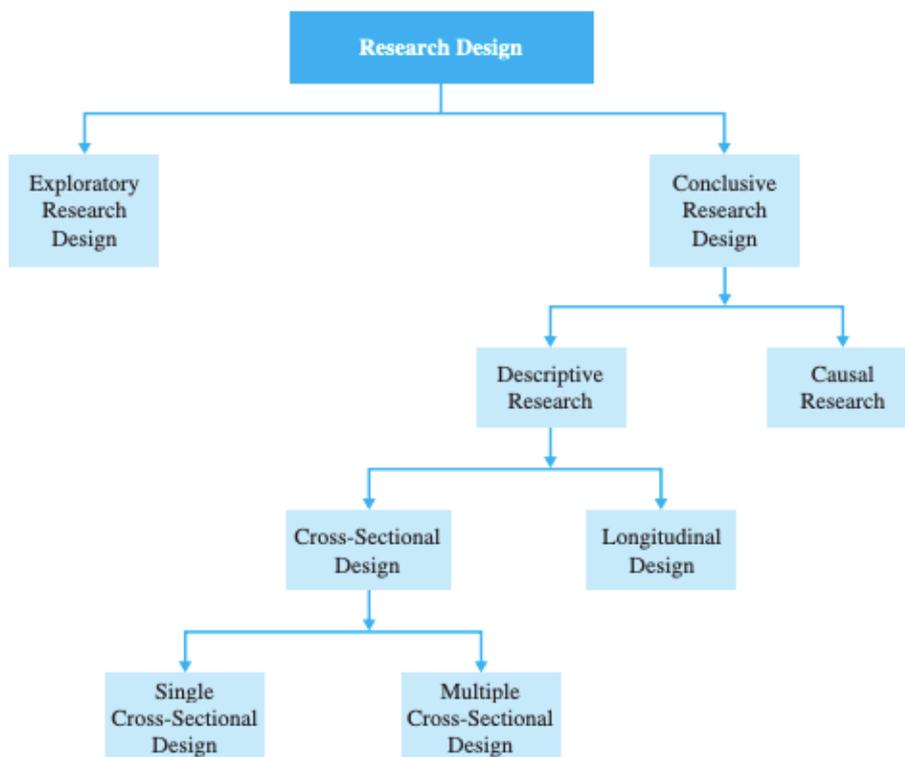


## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 1.1 Desain Penelitian

Desain penelitian diartikan sebagai kerangka penelitian dimana dapat membantu peneliti dalam melaksanakan penelitian dengan memberikan garis besar untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan mulai dari menyusun hingga menyelesaikan atau memecahkan masalah dalam penelitian tersebut (Naresh K. Malhotra, 2008).



Gambar 3. 1 Research Design

Sumber : Malhotra, (2008)

Menurut (Malhotra, 2008) desain penelitian (*Research Design*) terbagi menjadi dua jenis, yaitu :

### 1. *Exploratory Research Design*

Merupakan jenis penelitian yang memberikan pemahaman, wawasan, dan gagasan mengenai permasalahan yang dialami oleh peneliti.

### 2. *Conclusive Research Design*

*Conclusive Research Design* merupakan jenis penelitian yang lebih terstruktur daripada *Exploratory Research Design* dimana tujuan utama dari penelitian ini yaitu menguji suatu hubungan tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan *Conclusive Research Design* karena peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel yang digunakan dan menguji hipotesis.

Menurut (Nargdunkar, 2008) *Conclusive Research Design* terbagi menjadi dua jenis, yaitu

:

#### 1. *Descriptive Research*

Merupakan penelitian yang memiliki fungsi untuk mendeskripsikan objek yang telah diteliti sebelumnya melalui proses pengumpulan data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *descriptive research*.

#### 2. *Causal Research*

*Causal Research* biasa disebut sebagai penelitian eksplanatori. Penelitian tersebut memiliki fungsi untuk mengidentifikasi dan membuktikan hubungan sebab akibat dari beberapa variabel tertentu.

Menurut (Malhotra, 2008) *Descriptive Research* dibagi menjadi dua jenis, yaitu :

1. *Cross Sectional Design*

Merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menganalisis suatu konteks tertentu dan mengumpulkan informasi dari sampel populasi tertentu.

2. *Longitudinal Design*

Merupakan penelitian dimana menggunakan sampel tetap atau sampel yang sama dari populasi yang diukur berulang kali.

Malhotra (2008) juga membagi *Cross Sectional Design* atas dua jenis, yaitu :

1. *Single Cross Sectional Design*

Merupakan penelitian dengan hanya menggunakan satu sampel responden dan pengambilan data hanya dilakukan sekali saja.

2. *Multiple Cross Sectional Design*

Merupakan jenis penelitian yang menggunakan dua atau lebih sampel dan pengambilan data atau informasi dilakukan beberapa kali. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode ini karena pengambilan data dilakukan dalam 2 tahap, yaitu tahap *pre-test* dan *main-test*.

### **3.2 Prosedur Penelitian**

1. Mencari permasalahan dan fenomena yang ada pada saat ini.
2. Memilih dan menentukan objek penelitian dan topik yang akan dan ingin diteliti.

3. Mencari jurnal yang akan mendukung penelitian ini dan merubah model penelitian yang ada serta menyusun kerangka penelitian.
4. Menyusun pertanyaan kuesioner dengan memakai kosa kata yang baik dan tepat agar responden dapat mudah untuk memahami pertanyaan tersebut dan hasilnya pun bisa berhubungan dan berkaitan dengan tujuan penelitian.
5. Menyebarkan kuesioner secara online kepada responden melalui berbagai macam aplikasi pesan seperti Line, Whatsapp, dan Instagram.
6. Melakukan uji *pre-test* terhadap 30 orang responden.
7. Hasil dari *pre-test* yang sudah dikumpulkan kemudian dianalisa dengan menggunakan *software* IBM SPSS versi 26. Jika hasil dari *pre-test* tersebut telah memenuhi syarat, selanjutnya peneliti akan melakukan pengambilan data yang lebih banyak sesuai ketentuan jumlah sampel menurut (Hair et.al 1998 dalam Kiswati 2010) yaitu  $n \times 5$ . Dalam kegiatan penelitian ini, peneliti menetapkan untuk menggunakan  $n \times 5$ . Terdapat 31 pertanyaan untuk menggambarkan 7 variabel, sehingga minimal responden yang dibutuhkan adalah 155 responden.

### **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

#### **1.3.1 Target Population**

Merupakan sekumpulan obyek yang mempunyai informasi atau data yang bisa dijadikan sebagai objek penelitian oleh peneliti. Target populasi seharusnya sesuai dengan apa yang ditentukan oleh peneliti, maka dari itu target populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat yang memiliki aplikasi Tokopedia dan pernah berbelanja melalui Tokopedia. Populasi Dalam target populasi, ada 4 aspek yang akan digunakan, yaitu : *element*, *sampling unit*, *extent*, dan *time frame* (Malhotra, 2010).

*Element* adalah objek yang mempunyai informasi yang dibutuhkan dan dicari oleh peneliti (Malhotra, 2010). *Element* yang ada pada penelitian ini merupakan responden yang sudah memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

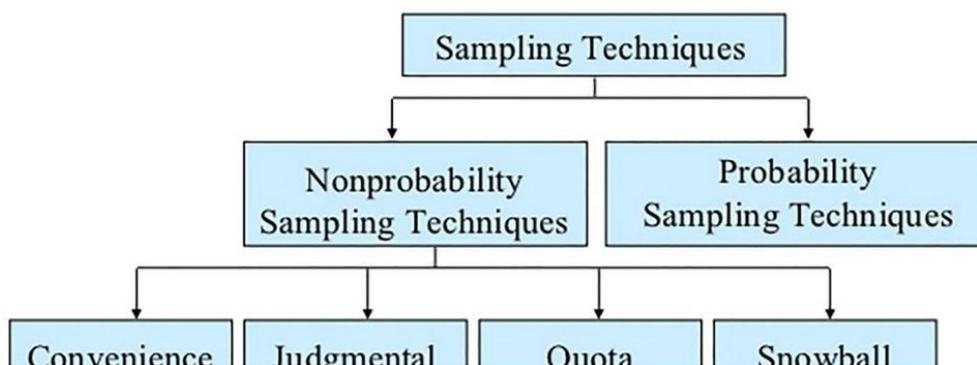
*Sampling unit* merupakan objek penelitian yang mempunyai beberapa ciri-ciri yang menyerupai *element* dan akan dijadikan menjadi sampel pada penelitian (Malhotra, 2010). *Sampling unit* yang ada pada penelitian ini adalah pria dan wanita yang tahu Tokopedia dan pernah berbelanja di Tokopedia.

*Extent* merupakan Batasan wilayah atau geografis pada sebuah penelitian (Malhotra, 2010). *Extent* pada penelitian ini ialah daerah di sekitar Tangerang Selatan sampai Jakarta.

*Time frame* merupakan lamanya waktu yang dibutuhkan oleh peneliti untuk dapat mencari informasi atau data hingga mengolah data tersebut (Malhotra, 2010). Waktu pengambilan data dan pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan oleh peneliti sejak bulan awal November 2020, sedangkan lamanya waktu untuk penelitian ini dilakukan sejak bulan September 2020 sampai dengan bulan Januari 2021.

### 1.3.2 Sampling Techniques

Menurut Malhotra (2010), teknik pengambilan sampel terbagi menjadi dua, yaitu *non-probability sampling techniques* dan *probability sampling techniques*. Contohnya seperti pada bagan berikut :



Sumber :  
Malhotra  
(2010)

Gambar 3. 2 Sampling Techniques

### *Non-probability sampling*

*Non-probability sampling* ialah salah satu teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti dimana tidak semua orang mempunyai peluang sebagai sampel dalam penelitian tersebut, melainkan responden dipilih oleh peneliti berdasarkan penilaian pribadi peneliti itu sendiri dan juga kemudahan dari peneliti dalam mengambil sampel (Malhotra, 2010).

### *Probability sampling*

Teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti dimana semua orang mempunyai peluang atau kesempatan yang sama sebagai sampel dalam penelitian tersebut (Malhotra, 2010).

Menurut Malhotra (2010), terdapat 4 teknik dalam *non-probability sampling*, yaitu :

#### 1. *Convenience sampling*

Teknik pengambilan sampel berdasarkan kenyamanan peneliti dalam proses mengambil sampel. Teknik ini membuat peneliti bisa mencari sampel dengan waktu yang cukup cepat dan juga dengan biaya yang cukup terjangkau. Peneliti menggunakan teknik ini dalam penelitiannya.

#### 2. *Judgemental sampling*

Teknik pengambilan sampel dimana dalam pengambilan sampel tersebut berdasarkan pada ciri-ciri yang telah ditentukan oleh peneliti dan *element* yang telah terpilih tersebut dirasa oleh peneliti dapat mewakili populasi yang ada.

#### 3. *Quota sampling*

Teknik dalam pengambilan sampel yang terdiri dari dua tahapan. Tahap yang pertama adalah menentukan kuota tiap elemen populasi sedangkan tahap yang kedua adalah pengambilan sampel dari kuota yang sudah ditentukan dengan menggunakan teknik *convenience sampling* ataupun *judgemental sampling*.

#### 4. *Snowball sampling*

Teknik pengambilan sampel berdasarkan rekomendasi dari orang yang berhasil menjadi responden. Responden tersebut ditunjuk untuk memberikan rekomendasi orang lain yang dirasa dapat mencakup beberapa kriteria untuk menjadi responden.

Dari beberapa teknik untuk pengambilan sampel diatas, maka peneliti memakai teknik pengambilan sampel *non-probability* yaitu *judgemental sampling* karena untuk dapat menjadi responden dalam penelitian ini harus berhasil melewati tahap *screening* yaitu harus memiliki aplikasi Tokopedia dan pernah berbelanja melalui Tokopedia.

### 1.3.3 *Sample Size*

Menurut (Hair et al 1998 dalam Kiswati 2010), penentuan jumlah *sample* dalam penelitian ini harus disesuaikan dengan jumlah pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner.

Adapun ketentuan dalam menentukan *sample size* dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Jumlah *sample* melebihi jumlah variabel.
2. Jumlah minimum *sample* untuk dilakukan observasi adalah 50 observasi.

Dalam penelitian ini, ada 31 indikator x 5 observasi = 155 sampel sehingga peneliti harus mempunyai responden dengan jumlah minimal 155 responden. Untuk dapat menjadi

responden dalam penelitian ini, kriteria yang diperlukan adalah memiliki aplikasi Tokopedia pada *smartphone* mereka dan pernah atau masih menggunakan Tokopedia sampai saat ini.

### **1.3.4 Sampling Process**

#### **1.3.4.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data**

Menurut Malhotra (2010), terdapat dua jenis data yang digunakan untuk melakukan sebuah penelitian, yaitu :

##### *1. Primary Data*

Merupakan data yang didapatkan oleh peneliti melalui survey langsung kepada responden dengan membagikan kuesioner. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data dengan *primary data* adalah dengan melakukan survei. Survei yang dilakukan adalah dengan melakukan penyebaran kuesioner secara online kepada orang yang memiliki aplikasi Tokopedia pada *smartphone* mereka dan pernah berbelanja di Tokopedia ataupun masih menggunakan Tokopedia untuk membeli suatu barang.

##### *2. Secondary Data*

Merupakan data yang didapatkan oleh peneliti melalui studi kasus untuk mendukung sebuah penelitian. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan *secondary data* adalah dengan mencari informasi di buku-buku, website, dan jurnal terdahulu.

#### **1.3.4.2 Prosedur Pengumpulan Data**

Pengumpulan data menggunakan teknik *primary data*, peneliti melakukannya secara online yaitu dengan mengirimkan *link* kuesioner *Google forms* melalui *personal chat* di Line, WhatsApp, dan *direct message* di Instagram.

Penulis juga dibantu oleh teman-teman yang membantu menyebarkan *link Google forms* tersebut di *social media* mereka.

#### 1.4 Periode Penelitian

Kegiatan penelitian ini dimulai sejak akhir bulan September hingga awal bulan Januari, jadi penelitian ini memakan waktu sekitar 4 bulan. Pada awalnya, penelitian ini dilakukan dengan mencari dan memahami fenomena dan objek dan dilanjutkan dengan membuat latar belakang serta rumusan masalah, kemudian dihubungkan dengan jurnal penelitian terdahulu dan teori-teori yang berkesinambungan dengan jurnal. Selanjutnya, peneliti akan membuat kuesioner penelitian untuk disebar sebagai *pre-test* kemudian memastikan apakah hasilnya valid dan dilanjutkan dengan menyebarkan kuesioner dan mengumpulkan informasi dari minimal 155 responden. Lalu berdasarkan informasi yang telah didapatkan tersebut, maka peneliti melanjutkan dengan pengolahan data dan menganalisanya, kemudian membuat kesimpulan untuk penelitian ini dan juga saran untuk perusahaan.

kesimpulan untuk penelitian ini dan juga saran untuk perusahaan.

#### 1.5 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kode	Skala
1.	<i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Perceived ease of use</i> adalah sejauh mana seorang individu	Menurut saya aplikasi Tokopedia sangat mudah untuk digunakan.	PEOU 1	Likert (1-5)

		percaya dan merasakan bahwa menggunakan suatu teknologi atau inovasi akan lebih menggunakan sedikit tenaga atau usaha. Jika suatu sistem dalam teknologi mudah digunakan, maka orang-orang akan lebih mau belajar serta menggunakannya (Hamid, Razak, Bakar, & Abdullah (2016)	Sangat mudah bagi saya untuk mempelajari cara mengoperasikan aplikasi Tokopedia.	PEOU 2	
			Menurut saya aplikasi Tokopedia sederhana dan mudah dimengerti.	PEOU 3	
			Menurut saya membeli barang melalui Tokopedia akan mempermudah saya.	PEOU 4	
			Tokopedia mudah digunakan bagi saya untuk belanja.	PEOU 5	
2	<i>Social Influence</i>	<i>Social influence</i> adalah sejauh mana orang yang dianggap penting (misalnya teman atau keluarga) percaya bahwa mereka harus membeli barang melalui Tokopedia	Anggota keluarga saya mendorong saya untuk membeli barang melalui Tokopedia.	SI 1	Likert (1-5)
			Teman-teman saya menyarankan bahwa saya lebih baik membeli barang melalui Tokopedia.	SI 2	
			Orang yang dekat dengan saya	SI 3	

		(Venkatesh et al., 2012).	mendorong saya untuk belanja di Tokopedia.		
			Orang yang penting bagi saya setuju bahwa saya harus membeli barang melalui Tokopedia.	SI 4	
3	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Perceived usefulness</i> adalah sejauh mana seorang individu merasa bahwa suatu situs online dapat menambah nilai dan kegunaan saat mereka berbelanja secara online Hu et al., (2009) dan Lai & Wang (2012).	Sangat mudah bagi saya untuk membeli barang secara online melalui aplikasi Tokopedia.	PU 1	Likert (1-5)
			Aplikasi Tokopedia akan meningkatkan efektivitas saya dalam pencarian dan pembelian barang.	PU 2	
			Aplikasi Tokopedia akan meningkatkan kinerja saya saat mencari dan membeli barang.	PU 3	
			Menggunakan aplikasi Tokopedia untuk mendapatkan suatu produk membuat saya bisa berbelanja secara cepat.	PU 4	
			Informasi yang diberikan oleh	PU 5	

			aplikasi Tokopedia berguna bagi saya.		
4	<i>Perceived Enjoyment</i>	<i>Perceived enjoyment</i> adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa belanja <i>online</i> akan memberikan kenyamanan dan kenikmatan pada dirinya sendiri Mandilas et al., (2013).	Mengunjungi aplikasi Tokopedia merupakan suatu kegiatan yang menarik.	PE 1	Likert (1-5)
			Saya merasa nyaman ketika bertransaksi di Tokopedia.	PE 2	
			Tokopedia merupakan aplikasi yang menarik bagi saya.	PE 3	
			Saya merasa mudah ketika melakukan transaksi di Tokopedia.	PE 4	
			Saya menikmati berbelanja melalui Tokopedia	PE 5	
5	<i>Trust</i>	<i>Trust</i> adalah harapan terhadap suatu pihak lain yang terpercaya, atau bisa juga disebut sebagai bersedianya seorang individu untuk mengandalkan	Menurut saya, aplikasi Tokopedia dapat dipercaya.	TR 1	Likert (1-5)
			Tokopedia memiliki sistem keamanan untuk melindungi konsumen.	TR 2	
			Saya percaya data pribadi konsumen dijaga oleh Tokopedia.	TR 3	

		suatu pihak lain Krauter (2002).	Saya merasa aman ketika bertransaksi di Tokopedia.	TR 4	
6	<i>Perceived Price</i>	<i>Perceived price</i> adalah persepsi konsumen terhadap harga produk menurut Jacoby & Olson yang dikutip dari Wang & Chen (2014),	Saya mendapatkan value produk sesuai dengan harga yang saya bayarkan ketika belanja di Tokopedia.	PP 1	Likert (1-5)
			Saya merasa harga produk di Tokopedia lebih murah dari marketplace lainnya.	PP 2	
			Saya dapat membeli produk dengan harga yang rendah pada Tokopedia.	PP 3	
			Saya dapat lebih menghemat uang saya jika saya berbelanja di Tokopedia.	PP 4	
7	<i>Purchase Intention</i>	<i>Purchase intention</i> adalah perilaku konsumen yang memiliki keinginan untuk melakukan pembelian terhadap suatu	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli barang melalui Tokopedia.	PI 1	Likert (1-5)
			Saya memiliki keinginan yang tinggi untuk membeli barang melalui Tokopedia.	PI 2	

		produk (Kotler & Keller, 2016).	Saya akan merekomendasikan Tokopedia kepada teman atau keluarga.	PI 3	
			Saya akan membeli barang di Tokopedia dalam waktu dekat.	PI 4	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

## 1.6 Metode Analisi Data

### 1.6.1 Uji Instrumen

#### 1.6.1.1 Uji Validitas

Validitas merupakan alat ukur untuk menguji apakah indikator pernyataan yang ada pada kuesioner yang telah ditentukan oleh peneliti sudah mengukur apa yang ingin diukur. Semakin tinggi nilai validitas maka semakin valid penelitian tersebut Malhotra (2012). Menurut Azwar (1986), validitas merupakan sejauh mana tingkat kecermatan dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan suatu ukuran. Validitas terbagi menjadi 3 macam, yaitu :

##### 1. *Content Validity*

Mengukur sejauh mana pertanyaan atau indikator dapat mewakili keseluruhan sampel.

##### 2. *Construct Validity*

Mengukur sejauh mana pertanyaan atau indikator mampu mengukur apa yang akan diukur sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan.

##### 3. Validitas empiris

Validitas ditentukan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh penulis kepada responden.

Menurut Malhotra (2012), terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam uji validitas, yaitu :

1. Nilai *Kaiser-Meyer-Olkin*  $KMO \geq 0,5$

Menyatakan bahwa analisa faktor cukup valid, namun apabila angka  $\leq 0,5$  maka mengartikan bahwa analisis faktor tidak cukup valid.

2. Hasil uji nilai signifikan  $\leq 0,05$

Nilai signifikan yang ada pada *Barlett's Test of Sphericity*  $\leq 0,05$  mengindikasikan bahwa ada hubungan antar variabel yang signifikan.

3. Nilai *Measure of Sampling Adequacy* (MSA)  $\geq 0,5$

Nilai MSA yang kurang dari 0,5 harus dihilangkan dan variabel tersebut tidak dapat dianalisis lebih lanjut.

4. *Factors Loadings of Component Matrix* diatas 0,50.

#### **1.6.1.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Malhotra (2012), reliabilitas memiliki tujuan untuk menguji tingkat kemampuan dari kuesioner dalam menguraikan indikator dan variabel. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan mencocokkan rumus *Cronbach Alpha* dengan nilai batas sebesar 0,7. Nilai diatas 0,7 mengindikasikan bahwa kuesioner penelitian dapat dikatakan reliabel.

### 1.6.2 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017), analisis deskriptif ialah metode yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis hasil dari penelitian dan penyajian data melalui table atau grafik. Tujuannya adalah untuk menggambarkan dan memperjelas apa yang terjadi pada variabel yang diteliti.

## 1.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dapat dipakai oleh peneliti apabila jumlah variabel independennya lebih dari dua. Tujuannya adalah untuk mengetahui atau memprediksi seberapa besar nilai variabel  $y$  jika nilai variabel  $x$  ditambah beberapa kali (Sugiyono, 2017).

### 1.7.1 Uji Asumsi Klasik

#### 1.7.1.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan terhadap variabel bebas atau variabel independen pada model penelitian. Model penelitian bisa dianggap baik jika tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas atau variabel independent pada penelitian. Jika variabel bebas (*independent*) saling berhubungan, maka variabel tersebut dapat dikatakan tidak ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel *independent* yang memiliki nilai korelasi nol sesama variabel *independent*.

Untuk mengetahui terdapat atau tidaknya multikolonieritas pada penelitian dapat melihat nilai toleransi dan nilai VIF. Nilai *tolerance* yang rendah memiliki persamaan dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai VIF adalah  $1/\text{toleransi}$ . Nilai *cut off* yang sering

digunakan adalah untuk nilai *tolerance* sebesar 0,1 dan untuk nilai VIF sebesar 10. Apabila nilai toleransi  $\leq 0,1$ , maka kesimpulan yang dapat diambil adalah terdapat multikolonieritas. Apabila nilai VIF  $\geq 10$ , maka kesimpulan yang dapat diambil adalah terdapat multikolonieritas (Ghozali, 2016).

### **1.7.1.2 Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan dilakukan uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji terdapat atau tidaknya perbedaan *variance* dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan yang lainnya. Jika *variance* tersebut berbeda, disebut heteroskedastisitas sedangkan jika *variance* sama atau tetap, maka disebut homokedastisitas. Model penelitian yang bagus adalah model penelitian yang homokedastisitas atau memiliki *variance* yang tetap dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ukuran yang digunakan untuk uji heteroskedastisitas adalah nilai signifikansi harus diatas 5% (Ghozali, 2016).

### **1.7.1.3 Uji Normalitas**

Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk menguji terdapat atau tidaknya distribusi normal pada variabel independen maupun variabel dependen. Jika variabel dalam model regresi terdistribusi normal, maka model penelitian tersebut bisa dinyatakan baik. Ukuran yang digunakan pada uji normalitas adalah apabila nilai signifikansi  $< 0,05$ , data tersebut dinyatakan tidak terdistribusi normal sedangkan jika nilai signifikan  $> 0,05$ , data tersebut dinyatakan terdistribusi normal (Ghozali, 2016).

## **1.8 Uji Hipotesis**

### **1.8.1 Uji Statistik T**

Menurut Ghozali (2016), uji hipotesis t digunakan untuk mengukur dan mengetahui seberapa jauh pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai signifikan yang digunakan dalam uji statistik t adalah 5% dimana jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis ditolak, sedangkan jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis diterima dengan arti variabel independent memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

### **1.8.2 Uji Statistik F**

Menurut Ghozali (2016), uji hipotesis f digunakan untuk mengukur dan mengetahui apakah semua variabel independen dalam model regresi berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai signifikan yang digunakan dalam uji statistik f adalah 5% dimana jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak sedangkan jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis diterima.

## **1.9 Hasil Uji *Pre-test***

### **1.9.1 Uji Validitas *Pre-test***

Dalam tahap uji validitas *pre-test*, peneliti mengumpulkan sebanyak 30 orang responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS versi 26. Menurut Ghozali (2016), uji validitas dikur dengan nilai KMO MSA. Nilai KMO yang ditentukan  $\geq 0.5$  dan nilai *Factor Loading* yang ditentukan adalah  $\geq 0.5$ . Tabel berikut ini merupakan hasil dari uji validitas untuk *pre-test* :

No.	Variabel	Indikator	KMO	Sig.	MSA	Factor Loading	Uji Validitas
			≥ 0.5	< 0.05	≥ 0.5	≥ 0.5	
1	<i>Perceived Ease Of Use</i>	PEOU 1	0.871	0.000	0.872	0.787	Valid
		PEOU 2			0.874	0.847	Valid
		PEOU 3			0.831	0.886	Valid
		PEOU 4			0.904	0.806	Valid
		PEOU 5			0.887	0.833	Valid
2	<i>Social Influence</i>	SI 1	0.767	0.000	0.825	0.755	Valid
		SI 2			0.835	0.787	Valid
		SI 3			0.727	0.878	Valid
		SI 4			0.728	0.868	Valid
3	<i>Perceived Usefulness</i>	PU 1	0.827	0.000	0.822	0.820	Valid
		PU 2			0.797	0.838	Valid
		PU 3			0.837	0.740	Valid
		PU 4			0.835	0.801	Valid
		PU 5			0.862	0.711	Valid
4	<i>Perceived Enjoyment</i>	PE 1	0.871	0.000	0.939	0.794	Valid
		PE 2			0.873	0.852	Valid
		PE 3			0.900	0.868	Valid
		PE 4			0.902	0.890	Valid
		PE 5			0.788	0.948	Valid
5	<i>Trust</i>	TR 1	0.717	0.000	0.759	0.770	Valid
		TR 2			0.748	0.774	Valid
		TR 3			0.690	0.844	Valid
		TR 4			0.693	0.836	Valid
6	<i>Price</i>	P 1	0.720	0.000	0.786	0.793	Valid
		P 2			0.787	0.781	Valid
		P 3			0.730	0.878	Valid
		P 4			0.647	0.825	Valid
		P 5			0.694	0.926	Valid
7	<i>Purchase Intention</i>	PI 1	0.703	0.000	0.693	0.781	Valid
		PI 2			0.708	0.741	Valid
		PI 3			0.698	0.789	Valid
		PI 4			0.713	0.757	Valid

**Tabel 3.2**  
**Hasil Uji**  
**Validitas Pre-**  
**test**

Berdasarkan tabel, semua variabel yang ada dalam penelitian ini telah memenuhi syarat untuk dapat dikatakan valid mulai

dari nilai KMO, MSA, dan *Factor Loading*.

### 1.9.2 Hasil Uji Reliabilitas *Pre-test*

Menurut Ghozali (2016), suatu variabel dapat dinyatakan valid jika nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq 0.7$ . Tabel dibawah ini ialah hasil dari uji reliabilitas untuk *pre-test*.

**Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas *Pre-test***

No.	Variabel	Indikator	Cronbach's Alpha	Uji Reliabilitas
			$\geq 0.7$	
1	<i>Perceived Ease of Use</i>	PEOU 1	0.887	Reliabel
		PEOU 2		
		PEOU 3		
		PEOU 4		
		PEOU 5		
2	<i>Social Influence</i>	SI 1	0.839	Reliabel
		SI 2		
		SI 3		
		SI 4		
3	<i>Perceived Usefulness</i>	PU 1	0.842	Reliabel
		PU 2		
		PU 3		
		PU 4		
		PU 5		
4	<i>Perceived Enjoyment</i>	PE 1	0.920	Reliabel
		PE 2		
		PE 3		
		PE 4		
		PE 5		
5	<i>Trust</i>	TR 1	0.816	Reliabel
		TR 2		
		TR 3		
		TR 4		
6	<i>Price</i>	P 1	0.893	Reliabel
		P 2		
		P 3		
		P 4		
		P 5		
7	<i>Purchase Intention</i>	PI 1	0.767	Reliabel
		PI 2		
		PI 3		
		PI 4		

