

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh *Trust*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived ease of Use* terhadap *Intention to Use* Aplikasi Bukalapak Sebagai Platform Layanan Digital”, dan objek yang diteliti adalah Bukalapak.

Bukalapak didirikan pada tanggal 10 Januari 2010 oleh tiga orang pendiri yaitu Achmad Zaky, Nugroho Herucahyono, dan Muhamad Fajrin Rasyid. Ketiganya merupakan mahasiswa dari Institut Teknologi Bandung (ITB) yang kemudian merintis Bukalapak di sebuah rumah kost semasa mereka kuliah. Mereka memulai proyek ini dengan modal awal sangat minim, bermodalkan sekitar 90.000 rupiah untuk membeli *domain*. Achmad Zaky, yang lahir pada 24 Agustus 1986, adalah tokoh utama di balik Bukalapak dan sebelumnya pernah menjalankan usaha kuliner mi ayam yang gagal. Terinspirasi untuk membantu usaha kecil, terutama pelaku UMKM di Indonesia, Zaky bersama rekannya menciptakan *platform e-commerce* yang mempermudah para pelaku usaha kecil dan menengah untuk menjual produk mereka secara *online*. Perjuangan awal mereka cukup berat karena harus membangun kepercayaan dan edukasi pasar digital yang masih baru di Indonesia pada saat itu.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 1 Logo Bukalapak

Sumber: (KumparanTECH, 2020)

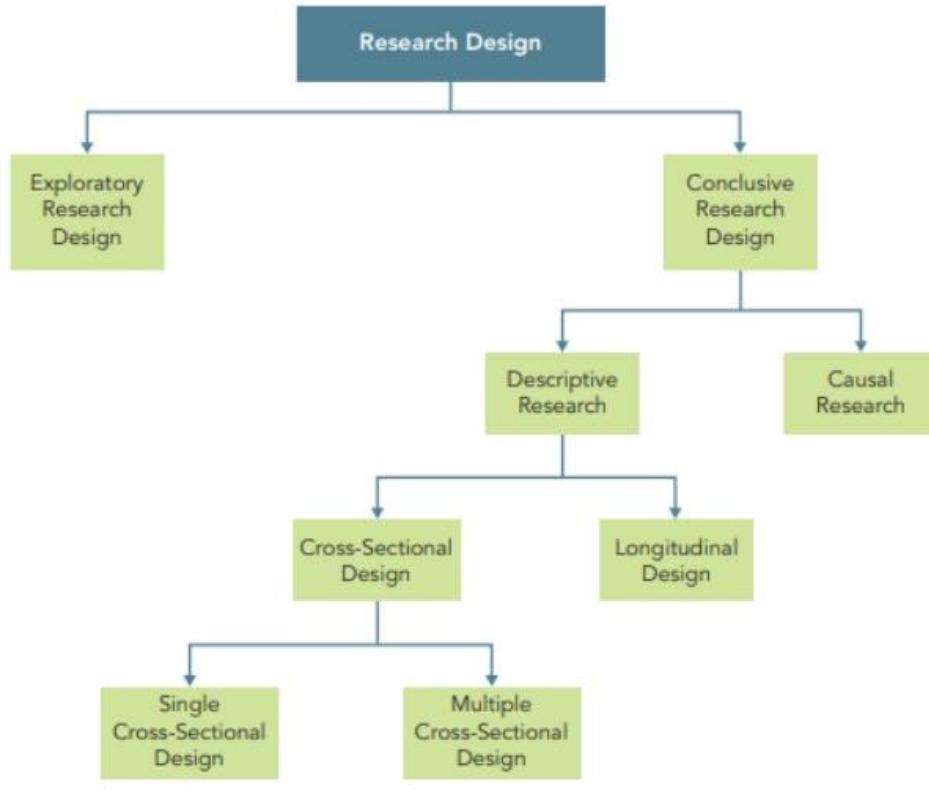
Setelah resmi beroperasi pada tahun 2010, Bukalapak memulai perjalanan awalnya dengan menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam membangun kepercayaan dan menarik pengguna ke *platform* yang saat itu masih relatif baru di Indonesia. Pada awalnya, Bukalapak dikenal di kalangan komunitas penggemar sepeda, khususnya yang menyukai sepeda lipat dan *fixed gear*, karena banyak penjual sepeda dan aksesoris yang menggunakan *platform* ini sebagai tempat jual beli. Seiring waktu, Bukalapak mulai memperluas kategori produk yang ditawarkan dan mengembangkan komunitas pelapak yang kini berjumlah ratusan ribu pelapak aktif.

Keberhasilan awal Bukalapak terlihat dari peningkatan transaksi yang signifikan, dan pada tahun 2015, Bukalapak mulai mengikuti ajang Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) yang membuat popularitasnya semakin meluas. Perlahan tapi pasti, Bukalapak meraih kesuksesan dengan terus berinovasi menyediakan layanan yang mendukung UMKM, memperluas jaringan mitra, dan membangun ekosistem digital yang kuat hingga akhirnya menjadi salah satu marketplace terbesar di Indonesia dengan jutaan pengguna aktif. Bukalapak berhasil mencapai status sebagai salah satu *startup unicorn* pertama di Indonesia

pada tahun 2018, yang artinya perusahaan ini memiliki valuasi lebih dari 1 miliar *dollar* Amerika Serikat. Pencapaian ini menunjukkan bukti kesuksesan Bukalapak dalam membangun bisnisnya dari awal yang sederhana menjadi pemain besar di industri *e-commerce* nasional. Pada tahun 2021, Bukalapak bahkan mencetak sejarah sebagai unicorn Indonesia pertama di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui penawaran umum perdana saham (IPO).

3.2 Desain Penelitian

Menurut Malhotra (2019), pada bukunya yang berjudul “*Marketing Research: An Applied Orientation, Global edition*”, menjelaskan bahwa desain penelitian merupakan sebuah kerangka kerja atau cetak biru (*Blue Print*) untuk melaksanakan proyek penelitian. Dengan adanya desain ini maka dapat merinci prosedur-prosedur yang dibutuhkan untuk menyusun dan memecahkan masalah riset pemasaran. Dari penjelasan definisi tersebut, maka dapat dipahami bahwa desain penelitian tidak hanya memiliki fungsi sebagai pedoman teknis, namun juga sebagai dasar konseptual yang memastikan bahwa setiap langkah penelitian berjalan secara sistematis dan terarah. Maka jika desain penelitian jelas, peneliti mampu menentukan jenis data yang diperlukan, metode pengumpulan data yang sesuai, dan cara untuk menganalisis data tersebut agar dapat memberikan jawaban yang terbaik terhadap masalah penelitian.



Gambar 3. 2 *A Classification of Marketing Research Designs*

Sumber: (Malhotra, 2019)

Menurut Malhotra (2019), desain pada penelitian dibagi menjadi dua jenis, yaitu *Exploratory Research Design* dan *Conclusive Research Design*:

3.2.1. *Exploratory Research Design*

Desain penelitian ini memiliki tujuan sebagai wawasan awal dan memperjelas pemahaman tentang masalah penelitian. Pada tahap ini, peneliti biasanya belum memiliki kerangka penelitian yang terstruktur, sehingga pendekatan yang dilakukan cenderung fleksibel dan berkembang seiring proses pengumpulan informasi. Kemudian desain penelitian ini menggunakan data primer dan diolah secara kualitatif, serta menggunakan sampel yang kecil. Metode ini tidak bertujuan untuk menghasilkan kesimpulan yang bersifat final, melainkan untuk membantu peneliti

mengenali isu utama yang terjadi, mengidentifikasi variabel yang relevan, dan merumuskan hipotesis atau arah penelitian selanjutnya.

Selain itu pada penelitian ini juga terdiri dari dua jenis, yaitu *Qualitative Exploration* dan *Quantitative Exploration*. Dari dua jenis pendekatan penelitian ini memiliki arti dan cara meneliti yang beda. Pada pendekatan untuk kualitatif lebih banyak digunakan untuk melakukan penelitian dengan pengambilan data wawancara langsung dengan narasumber atau responden yang berkaitan, dan jenis ini sangat cocok untuk peneliti yang ingin tahu secara langsung mengenai sudut pandang responden yang diwawancarai. Sedangkan pada jenis pendekatan kuantitatif lebih banyak digunakan untuk melakukan penelitian dengan pengambilan data melalui pertanyaan atau pernyataan dengan menggunakan media kuisioner untuk para responden yang biasanya sudah ditentukan kriterianya oleh peneliti, dan setelah itu juga melakukan observasi atau pengamatan setelah melakukan pengumpulan data sesuai dengan jumlah responden yang diinginkan (Malhotra, 2019).

3.2.2. *Conclusive Research Design*

Dalam desain penelitian ini memiliki tujuan untuk mengukur, menggambarkan, atau menguji hubungan antar variabel (Malhotra, 2019). Desain penelitian ini digunakan ketika peneliti sudah mengetahui dengan jelas tentang informasi yang dibutuhkan dan ingin menghasilkan kesimpulan yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Pada desain ini memiliki sifat yang formal, terstruktur, dan sistematis, selain itu juga analisis data umumnya dilakukan secara kuantitatif. *Conclusive Research Design* dibagi menjadi 2 tipe, yaitu:

A. Descriptive Research

Bertujuan untuk karakteristik, fenomena atau perilaku tertentu, kemudian membuat estimasi dan menentukan frekuensi perilaku. Selain itu juga mengidentifikasi hubungan antar-variabel tanpa menyimpulkan sebab dan akibat. *Descriptive Research* terbagi lagi menjadi 2 yaitu, *Cross-Sectional Research* dan *Longitudinal Research*. *Cross-Sectional Research* adalah jenis penelitian yang datanya dikumpulkan hanya sekali saja dari sampel populasi pada satu titik waktu. Kemudian *Cross-Sectional research* dibagi lagi menjadi *Single Cross-Sectional* dan *Multiple Cross-Sectional*. Pada *Single Cross-Sectional*, hanya memiliki 1 kelompok sampel dari populasi diambil dan diobservasi satu kali, sedangkan pada *Multiple Cross-Sectional* dimana beberapa kelompok dari sampel berbeda diambil pada waktu yang sama atau berbeda, tetapi tetap dengan pengumpulan data satu kali untuk masing-masing sampel. Kemudian untuk *Longitudinal Research*, merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mengambil data dari sampel yang sama berulang kali dengan populasi yang sama terhadap variabel tertentu dengan periode waktu tertentu. (Malhotra, 2019).

B. Causal Research

Bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang dihasilkan oleh suatu variabel independen terhadap variabel dependen, seperti untuk mengetahui mengapa fenomena dapat memengaruhi suatu variabel. Selain itu pada penelitian *Causal Research* ini juga digunakan untuk menentukan hubungan sebab-akibat antar variabel yang akan diteliti. Pada jenis penelitian ini membutuhkan desain penelitian yang telah terstruktur, terdapat dasar teori yang mendukung penelitian untuk pengujian variabel, dan antar variabel.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan jenis penelitian *Conclusive Research Design*, karena peneliti ingin melakukan pengujian terkait dengan fenomena dari objek penelitian yang diteliti, selain itu ingin melakukan pengukuran terhadap 6 hipotesis dan ingin melihat hubungan antar variabel independen dan dependen yaitu Bukalapak melalui hipotesis yang terhubung pada faktor-faktor apa saja yang memengaruhi niat untuk menggunakan (*intention to use*) suatu aplikasi *payment* di *e-commerce*. Kemudian pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif, karena pada pengambilan data dilakukan dengan cara menggunakan survei pertanyaan dan juga pernyataan yang menggunakan pengukuran skala *likert*.

Selanjutnya untuk jenis *Conclusive Research Design* yang digunakan peneliti adalah *Descriptive Research*, karena peneliti ingin melihat dan mendeskripsikan karakteristik dari fenomena dan mengidentifikasi hubungan antar-variabel dengan pengambilan data menggunakan metode survei. Kemudian pada metode survei yang digunakan adalah dengan melakukan penyebaran kuisioner kepada para responden yang memenuhi kriteria dari penelitian dan sesuai yang diinginkan oleh peneliti. Survei akan menggunakan pilihan skala *likert* 1-5 (Sangat tidak setuju – Sangat setuju) dari setiap pernyataan yang diberikan melalui kuisioner. Selanjutnya, peneliti akan menggunakan tipe *Single Cross-Sectional Design*, karena pengambilan data yang dilakukan hanya sekali dalam setiap sampel penelitian, dan seorang responden hanya memiliki kesempatan satu kali untuk menjadi sampel penelitian dan menjawab kuisioner. Dari penggunaan pada desain penelitian ini, maka peneliti akan mengetahui dan mendapatkan hasil analisa yang dapat menjadi solusi dalam fenomena dan permasalahan yang terdapat dalam perusahaan Bukalapak, dan niat untuk menggunakan dalam suatu teknologi.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Malhotra (2019), Populasi didefinisikan sebagai “*the aggregate of all the elements, sharing some common set of characteristics, that comprises the universe for the purpose of the marketing research problem*”. Hal ini diartikan populasi merupakan keseluruhan elemen dari individu, objek, unit analisis, dan masing-masing memiliki karakteristik tertentu, dan relevan terhadap tujuan penelitian yang dilakukan, dan mengambil kesimpulan. Selain itu juga dalam melakukan penelitian data dikumpulkan melalui suatu populasi dan juga sampel. Pada sampel merupakan suatu kelompok yang lebih kecil atau merupakan bagian dari populasi yang sudah dipilih untuk melakukan analisa sebagai perwakilan karakteristik dari suatu populasi (Malhotra, 2021). Target populasi mempunyai 4 aspek sebagai berikut:

1. Element:

Responden yang menjadi subjek penelitian dan memiliki sumber informasi yang dibutuhkan oleh peneliti yang didapatkan dari para responden.

2. Sampling Unit:

Pada saat melakukan pengambilan data sampel dari populasi, pengambilan sampel harus dilakukan dengan representatif, karena sampel nantinya akan digunakan sebagai perwakilan dari populasi, serta membantu proses pengambilan dari sampel supaya hasil yang dihasilkan dapat dipahami oleh seluruh populasi.

4. Extent:

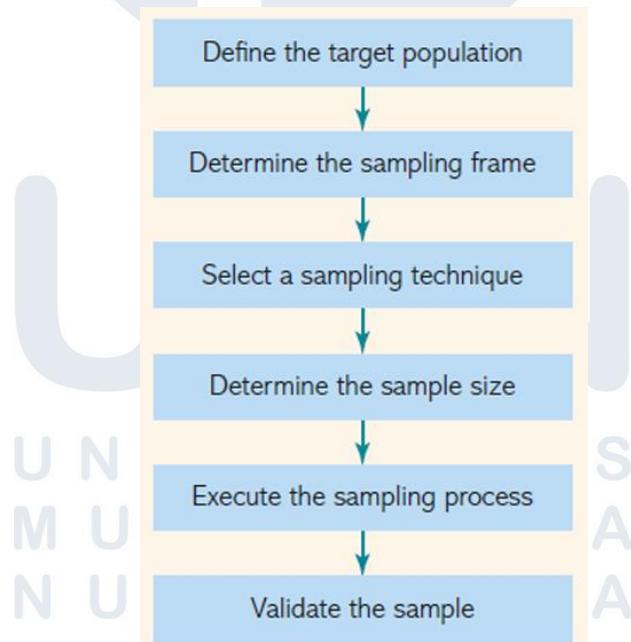
Merupakan batasan wilayah atau lokasi geografis yang digunakan ketika penelitian dengan tujuan agar menentukan responden dari daerah-daerah mana saja yang nantinya data akan dikumpulkan untuk sampel penelitian.

5. Time:

Merupakan periode waktu yang sudah ditentukan pada peneliti untuk melakukan penelitian serta pengumpulan data.

3.3.2 Sampel

Pada suatu penelitian, sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan kelompok yang diteliti. Pemilihan sampel dilakukan supaya proses penelitian menjadi lebih efisien dan tetap mampu memberikan gambaran yang akurat mengenai populasi, selama prosedurnya dilakukan secara tepat dan sesuai dengan kriteria yang relevan. Menurut Nunan *et al.* (2020), tahap sampling dibagi menjadi 6, mulai dari *define the target population, determine the sampling frame, select a sampling technique, determine the sample size, execute the sampling process, dan validate the sample*.



Gambar 3. 3 *Sampling Design Process*

Sumber: Nunan *et al* (2020)

1. Define the target population:

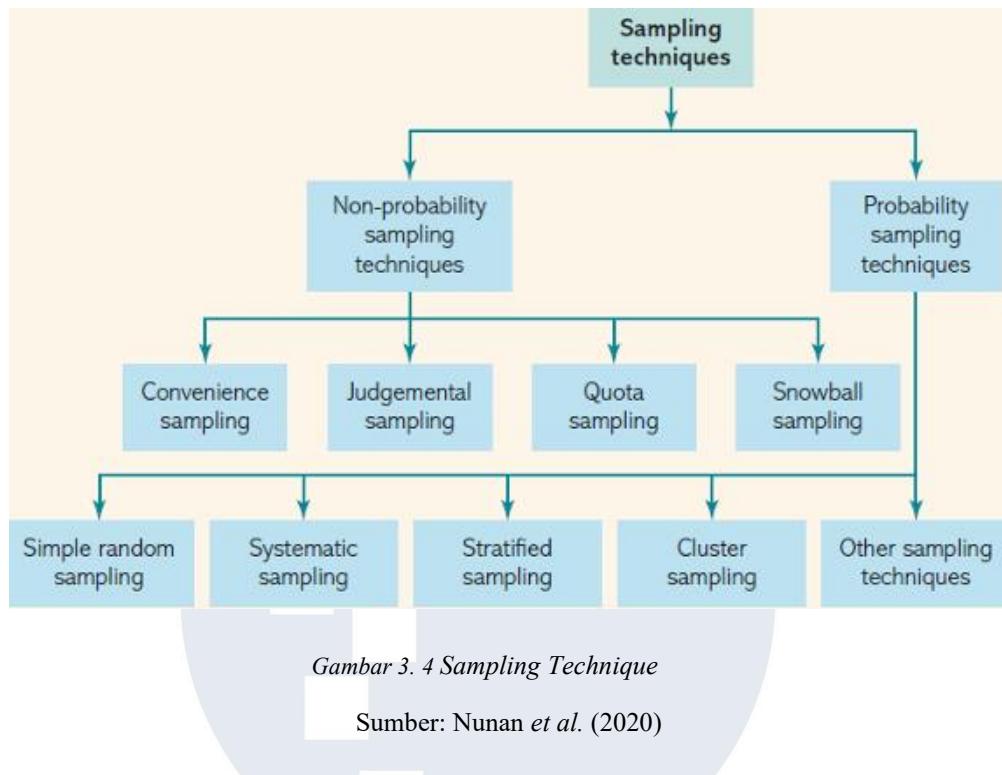
Melakukan penentuan target populasi dengan benar dan tepat, setelah itu menetapkan karakteristik yang relevan pada fokus penelitian yang sudah ditentukan dari awal. Pada penelitian ini, target populasi yang ditentukan adalah responden yang berusia diatas 18 tahun, dengan kriteria yaitu mengetahui *platform* Bukalapak, sudah pernah *download* aplikasi Bukalapak, mengetahui bahwa Bukalapak saat ini hanya menyediakan layanan transaksi pembayaran digital, pernah melihat atau *browsing* Bukalapak, dan belum pernah menggunakan aplikasi Bukalapak untuk transaksi.

2. Determine the sampling frame:

Melakukan penentuan untuk *sampling frame*, yang digunakan untuk identifikasi target populasi yang akan digunakan pada penelitian. Kemudian juga sebagai representasi untuk mewakili keseluruhan elemen yang akan menjadi pemilihan utama dalam sampel. *Sampling frame* harus lengkap dan juga akurat, karena merupakan penghubung dari populasi teoritis dan juga aktual digunakan sebagai representasi dalam menentukan kualitas penelitian. Pada penelitian ini, *sampling frame* tidak bisa diakses secara langsung karena keterbatasan akses data resmi dari perusahaan.

3. Select a Sampling Technique:

Sampling technique yaitu menentukan teknik *sampling* yang benar dan tepat, dalam *sampling* juga terdiri dari 2 bagian teknik yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*.



Gambar 3. 4 Sampling Technique

Sumber: Nunan et al. (2020)

Kemudian menurut Malhotra (2019), sampel didefinisikan sebagai sub-himpunan (*subgroup*) dari elemen-elemen populasi yang telah dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian yang sedang dilaksanakan. Dapat diartikan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil untuk mewakili populasi tersebut, supaya peneliti dapat membuat generalisasi mengenai populasi tanpa harus mengobservasi seluruh elemen populasi. Dalam buku Malhotra (2019), telah mengklasifikasi teknik pengambilan sampel dan terbagi menjadi dua jenis:

A. Probability Sampling Technique:

Merupakan metode pengambilan sampel yang dimana setiap elemen populasi mempunya kesempatan yang diketahui dan sama untuk dipilih menjadi bagian dari sampel. pada probability Sampling diklasifikasikan menjadi 4 jenis:

- *Simple Random Sampling*, merupakan teknik acak yang sederhana, dan pengambilan sampel yang setiap elemen populasinya mempunyai peluang untuk kemungkinan terpilih secara acak.

- *Systematic Sampling*, merupakan pemilihan sampel yang dilakukan secara sistematis, misalnya seperti dari daftar populasi yang kemudian diberikan nomor urut untuk memilih elemen berikutnya.
- *Stratified Sampling*, merupakan populasi yang dibagi dalam lapisan atau kelompok homogen, kemudian sampel diambil dari setiap kelompok agar lebih representatif.
- *Cluster Sampling*, merupakan populasi yang dibagi ke dalam kelompok (*cluster*), kemudian beberapa *cluster* dipilih secara acak, dan sampel diambil dari *cluster* yang terpilih.
- *Other Sampling Techniques*, merupakan teknik sampling seperti *sequential sampling* dan juga (*double*) dua tingkat ketika peneliti ingin pengamatan yang secara bertahap kepada populasi atau ketika informasi awal diperlukan sebelum *sampling* penuh.

B. Non-Probability Sampling Technique:

Merupakan metode pengambilan sampel yang dimana tidak semua elemen pada populasi memiliki peluang yang sama, atau peluangnya tidak diketahui, karena sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti (subjektif), kemudahan, atau kriteria tertentu, jadi tidak dipilih secara acak. Kemudian metode ini bisa berdasarkan dengan kemudahan akses, penilaian dari peneliti, atau kriteria tertentu, sehingga tidak tentu semua elemen populasi memiliki kesempatan yang sama. *Non-probability* memiliki beberapa tipe berikut:

- *Convenience Sampling*, merupakan sampel yang diambil dari elemen yang mudah untuk dijangkau dan tersedia secara kebetulan. Pada teknik ini biasa digunakan karena lebih efisien, cepat, dan menghemat biasanya, tetapi tingkat representasinya relatif rendah karena responden yang dipilih berdasarkan kemudahan akses saja.
- *Judgemental (Purposive) Sampling*, merupakan pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan peneliti terhadap karakteristik spesifik yang relevan dengan penelitian. Teknik ini bermanfaat ketika populasi

mempunyai karakteristik khusus yang tidak bisa diidentifikasi dari *sampling frame*.

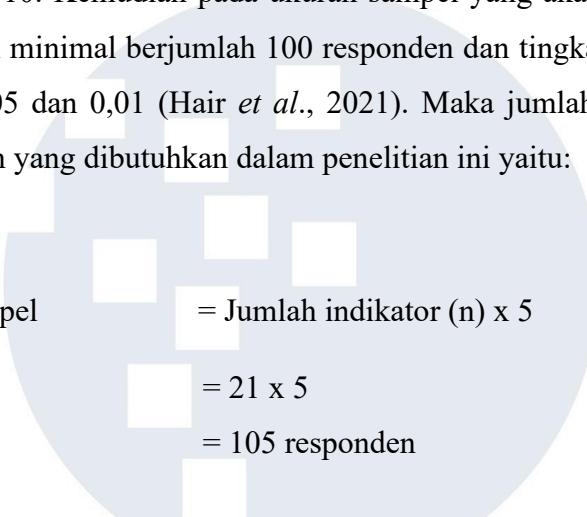
- *Quota Sampling*, peneliti menetapkan kuota untuk karakteristik tertentu dalam populasi seperti umur, dan gender, lalu mengambil sampel sampai kuota terpenuhi. Hal ini bertujuan supaya karakteristik penting pada populasi juga tetap terwakilkan.
- *Snowball Sampling*, merupakan sampel awal yang dipilih, kemudian merujuk kepada anggota lain dengan karakteristik yang serupa, jika populasi sulit untuk dijangkau.

Pada penelitian ini, tidak mempunyai *sampling frame* yang berupa nama *list* responden. Peneliti menggunakan teknik *sampling non-probability*, karena pada teknik ini pengambilan sampel tidak dipilih berdasarkan peluang ataupun secara acak. Peneliti menentukan kriteria dari responden yang sesuai. Hal ini dilakukan karena peneliti tidak memiliki akses untuk jumlah total populasi penggunaannya. Kemudian pada teknik *non-probability* yang digunakan peneliti adalah *Judgemental Sampling*, yang merupakan pemilihan sampel berdasarkan dengan petimbangan peneliti terhadap karakteristik yang relevan. Maka kriteria responden yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut:

- Berusia diatas 18 tahun
- Mengetahui aplikasi *platform* Bukalapak
- Sudah pernah *download* aplikasi Bukalapak
- Mengetahui bahwa Bukalapak saat ini hanya menyediakan layanan transaksi seperti (pulsa, paket data, listrik prabayar, *e-wallet*, dan pembayaran digital lainnya).
- Pernah melihat atau melakukan *browsing* tentang Bukalapak
- Tidak pernah menggunakan atau melakukan kegiatan transaksi pada aplikasi Bukalapak.

4. Determine the Sample Size:

Sample size merupakan jumlah dari elemen yang akan dimasukan pada penelitian (Malhotra, 2019). Pada jumlah sampel yang telah digunakan pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus perkalian dengan jumlah banyaknya indikator yang telah digunakan pada penelitian sebanyak 5 sampai 10. Kemudian pada ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian minimal berjumlah 100 responden dan tingkat pada signifikansi *Alpha* 0,05 dan 0,01 (Hair *et al.*, 2021). Maka jumlah pada sampel atau responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu:


$$\begin{aligned} \text{Total Sampel} &= \text{Jumlah indikator (n)} \times 5 \\ &= 21 \times 5 \\ &= 105 \text{ responden} \end{aligned}$$

Dijelaskan lagi pada penelitian ini, peneliti memiliki sebanyak 21 indikator pernyataan untuk mengukur 4 variabel yaitu *Trust*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Intention to Use*. Maka jumlah sampel minimum pada penelitian ini berjumlah 105 responden (21×5).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Ketika melakukan pengumpulan data, maka ada dua metode pengumpulan data yang dapat dilakukan (Malhotra, 2021), yaitu:

3.4.1 Observation Research

Cara untuk mengumpulkan data dengan melakukan penulisan atau pencatatan dari pola perilaku seseorang, peristiwa, serta objek dengan terstruktur untuk mendapatkan dan memahami informasi fenomena yang menjadi perhatian.

3.4.2 Survey Research

Dalam melakukan pengumpulan data dengan *Survey Research*, yaitu untuk mengumpulkan informasi berdasarkan pada pertanyaan yang diberikan untuk responden. Untuk itu maka para responden ketika melakukan pengisian pada survei akan ditanyakan beberapa pertanyaan seperti tentang niat, sikap, pengetahuan, motivasi, dan juga beberapa karakteristik demografi dari mereka. Pada pertanyaan ini dapat dilakukan secara tertulis, lisan, atau melalui teknologi perangkat lainnya untuk mendapatkan jawabannya.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data *survey research*, karena peneliti melakukan pengumpulan data utama dengan menggunakan survei dan memberikan rangkaian pertanyaan yang akan dijawab oleh para responden. Untuk itu prosedur dalam pengumpulan data *survey research* dapat dijabarkan lagi sebagai berikut:

1. Melakukan pengumpulan serta penyortiran data sekunder yang telah didapatkan melalui jurnal penelitian resmi, buku tentang penelitian dan ilmiah yang dapat digunakan sebagai data pendukung, serta dapat melalui situs berita.
2. Menggunakan jurnal utama sebagai acuan dalam penelitian ini untuk melihat model penelitian serta teori-teori yang digunakan sesuai dengan variabel penelitian, kemudian jurnal pendukung sebagai tahap dalam pembuatan indikator pernyataan untuk kuisioner. Pada tahap ini peneliti juga melakukan penyesuaian terhadap kalimat pernyataan agar responden lebih mudah untuk memahaminya.
3. Peneliti melakukan penyebaran kuisioner kepada 35 responden secara *daring* dengan menggunakan *Google form* sebagai *pre-test* yang dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas untuk setiap indikator pernyataan yang digunakan untuk *main-test*.

4. Melakukan pengolahan data untuk *pretest* menggunakan *software aplikasi IBM SPSS 26* sebagai pengujian validitas dan reliabilitas hingga data valid.
5. Selanjutnya peneliti melakukan penyebaran kuesioner sebagai *main-test* dengan total keseluruhan awal sebanyak 288 responden secara *online* dengan menggunakan *Google form*, kemudian nanti hasil data akan disortir.
6. Melakukan pengolahan dan sortir data hasil dari *main-test* dengan menggunakan *software aplikasi SMART PLS 4*.

3.4.3 Sumber Data

Menurut Malhotra (2019), membagi dua jenis kategori data yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data dalam penelitian sebagai berikut:

1. *Primary Data*

Disebut juga data primer yang artinya adalah data yang telah dikumpulkan tanpa ada pihak kedua atau perantara. Data yang berasal dari peneliti yang diambil langsung, dan mempunyai tujuan khusus untuk menjawab pertanyaan permasalahan penelitian.

2. *Secondary Data*

Disebut juga data sekunder yang artinya adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan pihak lain atau perantara, data yang didapatkan melalui data lain. Hal ini digunakan untuk melakukan penyelesaian terhadap permasalahan pada penelitian yang telah dilakukan.

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis metode pengumpulan data, yaitu *primary data* dan *secondary data*. Peneliti menggunakan metode data primer sebagai sumber utama untuk pendataan, yaitu dengan melakukan survei penyebaran kuesioner secara *online* kepada para responden. Selanjutnya peneliti juga menggunakan metode data sekunder sebagai data

pendukung dalam penelitian ini, seperti melalui sumber jurnal, situs *website*, dan artikel resmi lainnya, serta buku yang relevan dan telah sesuai dengan kebutuhan penelitian.

3.4.4 Periode Penelitian

Pada penelitian ini dilakukan selama 4 bulan, yang dimulai sejak bulan September 2025 – Desember 2025, penelitian ini dimulai dari melakukan pencarian mengenai objek yang niat untuk diteliti, perumusan masalah kemudian mencari fenomena permasalahan, mencari jurnal utama dengan model penelitian yang sesuai, mengumpulkan serta mengolah data, melakukan analisis pada data yang sudah diambil, serta membuat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan dalam periode waktu yang ditentukan. Kemudian pada proses pengumpulan data peneliti melakukan dua tahap dalam penyebaran kuesioner yaitu dengan *pre-test* dan *main-test*.

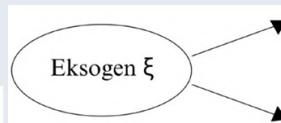


3.5 Operasionalisasi Variabel

Pada variabel yang dimiliki dalam penelitian ini adalah instrument pengukur yang akan dijelaskan lebih lanjut supaya lebih mudah untuk mendefinisikan permasalahan di setiap variabel.

3.5.1. Variabel Eksogen

Pada variabel eksogen adalah variabel independen pada analisis secara statistik. Variabel ini secara umum dipengaruhi oleh faktor yang eksternal dalam arti di luar dari model penelitian dan juga tidak dijelaskan oleh variabel lain pada model penelitian yang serupa (Malhotra, 2021). Dalam penelitian ini menggunakan variabel eksogen yaitu *Trust*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use*.

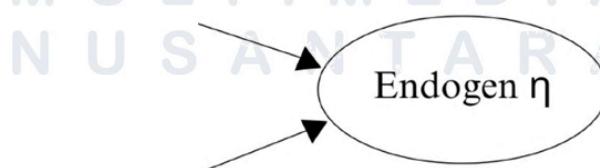


Gambar 3. 5 Variabel Eksogen

Sumber: (Malhotra, 2021)

3.5.1. Variabel Endogen

Pada variabel endogen disebut juga sebagai variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi dengan variabel lainnya pada model peneltian, serta mempunyai ketergantungan dalam variabel tersebut, atau yang memengaruhi. Dalam penelitian ini menggunakan variabel endogen yaitu *Intention to Use*.



Gambar 3. 6 Variabel Endogen

Sumber: (Malhotra, 2021)

Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Source	Scalling Techniques
1	<i>Perceived Trust (TR)</i>	<p><i>Perceived Trust</i> adalah kemauan individu atau seseorang untuk menerima kerentanan (resiko) berdasarkan harapan positif terhadap niat atau perilaku pihak lain dalam situasi yang ditandai oleh saling ketergantungan dan ketidakpastian (Ennew & Sekhon, 2007) dalam penulisan Marakarkandy <i>et al.</i> (2017)</p>	TR1 TR2 TR3 TR4 TR5	Saya percaya penyedia layanan Bukalapak bersikap jujur dan menepati janjinya. Saya yakin penyedia layanan Bukalapak akan bertindak demi kepentingan saya. Saya merasa yakin penyedia layanan Bukalapak kompeten dan dapat diandalkan. Saya percaya penyedia layanan Bukalapak tulus dan transparan dalam kegiatannya. Saya mempercayai penyedia layanan Bukalapak untuk melindungi informasi dan menepati janji layanan.	Ennew & Sekhon (2007) dalam penulisan Marakarkandy <i>et al.</i> (2017)	Skala Likert 1-5
2	<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	<p><i>Perceived Usefulness</i> merupakan tingkat sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu</p>	PU1	Menggunakan sistem Bukalapak membantu meningkatkan kinerja saya dalam melakukan transaksi digital sehari-hari.	Davis (1989) & Ventakesh (2003)	Skala Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Source	Scalling Teqniques
		akan meningkatkan kinerja mereka (Davis, 1989)	PU2 PU3 PU4 PU5	Menggunakan sistem Bukalapak meningkatkan produktivitas saya dalam mengelola dan menyelesaikan kebutuhan transaksi digital. Menggunakan sistem Bukalapak meningkatkan efektivitas saya dalam menyelesaikan berbagai transaksi digital dengan lebih cepat dan mudah. Menggunakan sistem Bukalapak mempermudah menyelesaikan kepentingan saya seperti isi pulsa digital, paket data, listrik prabayar, <i>E-Wallet</i> , dan lain-lain. Secara keseluruhan, saya merasa sistem Bukalapak berguna untuk kegiatan sehari-hari saya.		
3	<i>Perceived Ease of Use (PEU)</i>	<i>Perceived Ease of Use</i> adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem	PEU1	Mempelajari cara menggunakan sistem pembelian (pulsa, paket data, listrik prabayar, <i>e-wallet</i> , dan lain-lain) di Bukalapak mudah bagi saya.	Davis (1989) & Venkatesh et al. (2003)	Skala Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Source	Scalling Techniques
		tertentu akan bebas dari usaha yang berat. (Davis, 1989)	PEU2 PEU3 PEU4 PEU5 PEU6	Saya merasa sistem Bukalapak mudah digunakan. Mudah bagi saya untuk menjadi terampil menggunakan sistem Bukalapak. Fungsi-fungsi pada sistem Bukalapak tersusun secara jelas dan logis. Langkah-langkah yang diperlukan untuk menggunakan Bukalapak mudah dimengerti. Saya tidak membutuhkan bantuan orang lain untuk bertransaksi Bukalapak.		
4	Intention to Use (IU)	<i>Intention to Use</i> adalah tingkat kesediaan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, yaitu menggunakan layanan <i>electronic pay</i> (Venkatesh et al., 2003)	IU1 IU2 IU3	Saya berniat menggunakan layanan Bukalapak kedepannya. Saya berencana menggunakan layanan Bukalapak secara rutin. Saya akan terus menggunakan layanan Bukalapak kapan pun memungkinkan.	Davis (1989) & Venkatesh et al. (2003)	Skala Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Source	Scalling Techniques
			IU4	Saya berkeinginan untuk mulai menggunakan layanan Bukalapak dalam waktu dekat.		
			IU5	Saya kemungkinan besar akan terus menggunakan layanan Bukalapak dalam jangka panjang.		

Sumber: Data Peneliti (2025)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Data *Pre-test*

Pada analisis *pre-test* merupakan proses pertama yang dilakukan oleh peneliti sebelum tahap dalam melakukan survei penelitian yang berupa kuisioner pertanyaan serta pernyataan yang akan dijawab oleh responden untuk bisa mendapatkan hasil analisis permasalahan dalam setiap variabel. Dalam penelitian ini pretest akan diolah dengan *software* aplikasi *IBM SPSS* versi 26 untuk mengelola data yang dikumpulkan. Pretest dilakukan dengan tujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas data dari responden *pre-test*, agar dapat dilanjutkan penyebaran kuisioner sebagai main-test. Jika indikator pernyataan dinyatakan tidak valid dan reliabel, maka indikator tersebut tidak dapat mewakili variabel yang telah digunakan. Dalam *pre-test* ini akan menggunakan penyebaran kuisionernya di *Google Form*, dan jumlah sampel *pre-test* adalah 35 responden.

3.6.2 Uji pada Validitas dan Reliabilitas

3.6.2.1 Uji Validitas *Pre-test*

Pada uji validitas adalah sebuah pengujian yang digunakan untuk mengukur serta mengetahui apakah suatu instrumen penelitian dapat secara benar menggambarkan tujuan dari pengukuran variabel, dan dapat mengukur sesuai dengan fenomena dan karakteristik yang akan diteliti. Maka dalam uji validitas ini juga melakukan pemastian terhadap indikator yang berkaitan sesuai dengan variabel masing-masing sehingga dapat melihat keakuratannya dalam mengukur variabel yang telah ditetapkan (Nunan *et al.*, 2020). Selain itu menurut Malhotra (2021), ada 3 jenis dalam melakukan uji validitas sebagai berikut:

1. Content Validity

Jenis uji validitas ini adalah penilaian korespondensi dari variabel yang akan diletakkan pada skala penjumlahan serta definisi konseptual. Kemudian penilaian ini dilakukan dengan sistematis serta

subjektif dalam menilai kesesuaian di masing-masing *item* dengan penilaian oleh para ahli. Hal ini bertujuan agar memastikan jika pemilihan pada *item* melampaui isu-isu supaya seusai dengan definisi konseptual.

2. *Criterion Validity*

Dalam *criterion validity*, instrumen pada penelitian akan dilakukan perbandingan dengan instrument lainnya yang validitasnya sudah memenuhi syarat dalam pengujian. Hal ini memiliki tujuan untuk dapat mengetahui hasil yang diperoleh dalam penelitian tetap konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya.

3. *Construct Validity*

Dalam *construct validity*, digunakan untuk melakukan penilaian instrumen apakah sudah sesuai dalam melakukan pengukuran karakteristik yang telah sesuai dengan teori. Dalam pengujian ini dilakukan dengan cara analisa faktor-faktor yang dapat mengidentifikasi nilai dari indikator variabel yang akan diukur.

Tabel 3. 2 Persyaratan Uji Validitas *Pre-test*

No	Ukuran Validitas	Syarat Validitas
1	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) <i>Measure of Sampling Adequacy</i>	$KMO \geq 0,5$
2	<i>Barlett's Test of Sphecirity</i>	$Sig. < 0,05$
3	<i>Anti Image Correlation Matrix</i>	$MSA \geq 0,5$
4	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	$Factor Loading > 0,5$

Sumber: Nunan *et al.* (2020)

3.6.2.2 Uji Reliabilitas *Pre-test*

Uji reliabilitas adalah suatu pengukuran untuk konsistensi serta kestabilan dari instrumen ketika digunakan secara berulang di berbagai situasi dan waktu yang berbeda dalam penelitian (Nunan *et al.*, 2020). Oleh karena itu reliabilitas menunjukkan tingkat keandalan dalam suatu alat ukur untuk mengukur variabel yang ditentukan. Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji reliabilitas dengan *IBM SPSS* versi 26 dan melihat hasil reliabilitas dari *Cronbach's Alpha* untuk menguji konsistensi antar indikator. Kriteria hasil dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Persyaratan Uji Reliabilitas *Pre-test*

<i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil Kriteria
> 0,7	Reliabel
< 0,7	Tidak Reliabel

Sumber: (Malhotra, 2021)

3.6.3 Analisis Data Penelitian

Dalam analisis data penelitian, melakukan pengujian pada data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM), dan ini digunakan untuk melakukan Analisa mengenai hubungan pengaruh dari antar variabel-variabel yang diteliti. Dalam *Structural Equation Modelling* terdapat dua jenis (Hair *et al.*, 2021):

1. *Covariance Based SEM (CB-SEM)*

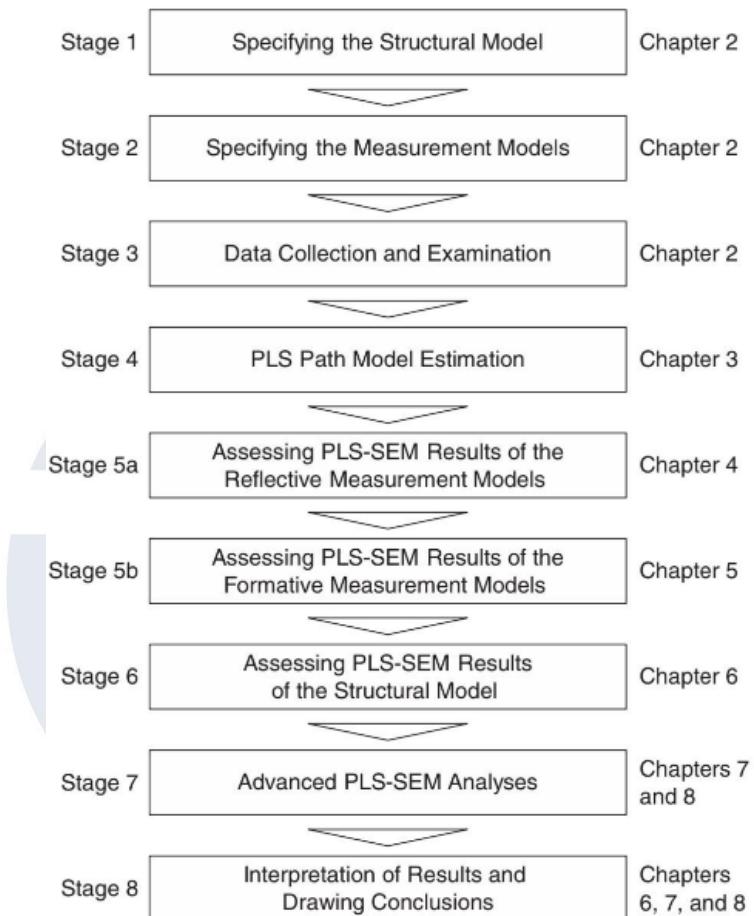
Pada *Covariance Based SEM* ini berdasarkan untuk varian umum, dan melakukan pengujian terhadap teori dan diukur dengan kovarians variabel, serta evaluasi model yang sesuai teori. Dalam uji berguna untuk mengetahui sejauh apa pada model teoritis dengan sampel.

2. Partial Least Squares SEM (PLS-SEM)

Dalam *Partial Least Squares SEM*, adalah metode dalam menganalisa data untuk melihat hubungan antar variabel serta indikator. Dalam uji metode ini berguna untuk melihat prediksi serta penjelasan dari variabel dependen.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengujian serta penelitian terhadap beberapa hipotesis yang telah ditentukan sesuai dengan jurnal utama dan landasan penelitian yang sudah dilakukan terdahulu, maka peneliti menggunakan metode *PLS-SEM*. Data dari responden yang sudah melakukan pengisian pada kuisioner akan disortir dan dianalisa hasilnya menggunakan *software* aplikasi *SMART PLS 4*, yang bertujuan untuk melihat pengembangan pada teori dan menganalisa pengaruh-pengaruh antar variabel yang memengaruhi *Intention to Use* dalam *platform* Bukalapak.





Gambar 3. 7 *A Systematic Procedure for Applying PLS-SEM*

Sumber: (Hair *et al.*, 2017)

1. Specifying the Structural Model

Dalam tahap pertama ini peneliti melakukan penyusunan mengenai hubungan dengan antar variabel-variabel yang berdasarkan dengan teori di penelitian terdahulu, selain itu juga menentukan variabel independen dan dependen, kemudian mediasi, dan hubungan pengaruh hipotesis. Hal ini bertujuan untuk mengetahui setiap variabel yang saling berhubungan secara empiris.

2. Specifying the Measurement Model

Dalam tahap ini berfokus dalam melakukan penentuan model pengukuran (*outer model*) kepada setiap konstruk laten. Menurut Hair *et al.* (2017), mengatakan bahwa peneliti harus menentukan apakah konstruk diukur secara reflektif atau formatif. Dengan penentuan jenis model ini harus berdasarkan pada teori, sifat konstruk, dan arah dari hubungan indikator-konstruk.

3. Data Collection and Examination

Dalam tahap ini, berfokus pada peneliti yang melakukan pengumpulan data serta melakukan pemeriksaan awal terhadap data sebelum melakukan analisis *PLS-SEM*. Menurut Hair *et al.* (2017), menekankan pentingnya melakukan evaluasi karakteristik pada data, yaitu *sample size*, *missing values*, *outlier*, dan distribusi data. *PLS-SEM* juga relatif toleran terhadap data yang *non-normal* dan ukuran sampel yang kecil hingga menengah.

4. PLS Path Model Estimation

Dalam tahap ini, adalah proses estimasi dalam model jalur *PLS-SEM* dengan menggunakan algoritma *PLS*. Estimasi ini memiliki tujuan untuk memperoleh nilai skor variabel laten, *path coefficients*, dan nilai *loading* ataupun *weight* dari indikator. Dalam *PLS-SEM* menggunakan pendekatan interatif yang berbasis varians untuk memaksimalkan nilai varians yang dijelaskan dalam konstruk endogen.

5. A. Assessing PLS-SEM Results of the Reflective Measurement Models

Dalam tahap ini melakukan evaluasi model pengukuran yang reflektif. Evaluasi yang dilakukan melalui beberapa kriteria utama seperti *outer loading*, *cronbach's alpha*, *composite reliability*,

average variance extracted (AVE), fornell-larcker, cross loading, dan HTMT. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa indikator mampu untuk mengukur konstruk laten dengan akurat dan konsisten.

B. Assessing PLS-SEM Results of the Formative Measurement Models

Dalam tahap ini khusus digunakan jika penelitian mempunyai model pengukuran formatif. Dalam evaluasi model formatif terdapat multikolinearitas antar indikator ($VIF < 5$), signifikansi dan *outer weight*, serta kesesuai indikator pada teori. Jika dari model reflektif berbeda, karena indikator formatif tidak harus memiliki korelasi tinggi terhadap satu dengan lainnya.

6. Assesing PLS-SEM Results of the Structural Model

Dalam tahap ini memiliki fokus untuk evaluasi pada *inner model*. Evaluasi ini dilakukan melalui *collinearity assessment (VIF)*, *path coefficient*, nilai R^2 , *effect size*, dan *predictive relevance*. Signifikansi hubungan antar konstruk diuji dengan menggunakan *bootstrapping*, dan pada tahap ini memberikan jawaban apakah hipotesis dari penelitian diterima atau ditolak.

7. Advanced PLS-SEM Analyses

Dalam tahap ini pada peneliti dapat melakukan analisis lanjutan sesuai dengan tujuan dari penelitian. Beberapa teknik lanjutan seperti analisis mediasi, analisis moderasi, *importance-performance Map Analysis (IPMA)*, *multi-group analysis (MGA)*, dan *predictive assessment*. Pada analisis lanjutan ini bersifat opsional, tetapi sangat berguna untuk memperkaya interpretasi hasil serta implikasi penelitian.

8. *Advanced PLS-SEM Analyses*

Dalam tahap yang terakhir ini, merupakan interpretasi hasil dan juga membuat kesimpulan. Untuk itu peneliti harus dapat mengaitkan hasil empiris dengan teori, tujuan dari penelitian, dan hipotesis yang dirumuskan. Selanjutnya peneliti juga perlu melakukan penyusunan seperti implikasi teoritis, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan rekomendasi penelitian selanjutnya.

3.6.3.1 Persiapan Data

A. *Data Screening*

Dalam *data screening* mempunyai tujuan supaya data yang digunakan pada penelitian sudah sesuai dengan syarat kriteria yang sudah ditentukan pada tahap *sampling*. Kemudian juga berguna untuk melihat proses dari karakteristik pada data dengan melakukan pengujian untuk asumsi statistik. Hal ini dilakukan supaya validitas dan juga reliabilitas yang didapatkan mengalami peningkatan (Hair *et al.*, 2021).

B. *Data Cleaning*

Adalah pengecekan dan melakukan perbaikan dari data pada hasil jawaban yang tidak benar atau tidak konsisten, sehingga tidak dapat digunakan dan dimasukkan ketika melakukan pengolahan data. Maka data dengan hasil jawaban yang berkualitas akan lebih mudah ditentukan valid-nya. Sedangkan jika data yang dihasilkan tidak sesuai dengan syarat, dan hasilnya kurang bagus untuk penelitian maka dapat dihapus dari daftar data yang akan diolah ke *PLS-SEM* (Hair *et al.*, 2021).

3.6.3.2 Spesifikasi Model

A. Inner Model Structural

Pada *Inner Model Structural*, adalah diagram yang membuat gambaran tentang konsep serta teori pada penelitian, dan akan berguna untuk membuat hipotesis. Dalam model ini digunakan untuk melihat apakah ada pengaruh antar variabel independen dan dependen lewat gambaran hubungan kausal (Hair *et al.*, 2021).

B. Outer Model Measurement

Pada *Outer Model Measurement*, adalah pengukuran untuk hubungan dengan variabel dan pada indikator penelitian dalam pengukuran data. Hal ini juga berdasarkan pada teori untuk pengukuran yang cocok untuk bisa mendapatkan hasil yang terbaik. Pada hipotesis akan dikatakan valid apabila indikator serta model dapat menjelaskan variabel penelitian dengan akurat.

3.6.3.3 Evaluasi Pada *Measurement Model*

A. Run PLS Algorithm

Merupakan estimasi dari parameter model pada *PLS-SEM* dan mencakup seperti *outer loadings*, *path coefficient*, R^2 , *average variance extracted (AVE)*, *composite reliability*, *Cronbach's Alpha*, ρ_a , f^2 , dan Q^2 (Hair *et al.*, 2021).

B. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas ada dua kriteria supaya uji reliabilitas dapat dikatakan konsisten, mulai dari *Cronbach's alpha* dan juga *composite reliability*. Dalam hal ini syaratnya nilai pada *Cronbach's alpha* harus lebih besar, yaitu $> 0,70$ agar dapat

menunjukkan internal *consistency reliability* serta menyatakan bahwa indikator pernyataan yang telah mengukur konstruk sama mempunyai korelasi yang tinggi dengan satu dan lainnya.

C. Uji Validitas

Dalam uji validitas, adalah salah satu hal yang terpenting dalam melakukan evaluasi *measurement model* untuk melakukan pemastian indikator pernyataan yang digunakan cocok dan akurat dalam menunjukkan konstruk laten yang ditetapkan (Hair *et al.*, 2021). Pada penelitian ini, peneliti menguji pengukuran validitas dengan *software* aplikasi *SMART PLS 4* dalam setiap indikatornya. Maka ada beberapa kriteria sebagai berikut:

1. *Convergent Validity*

Merupakan korelasi antar variabel yang berhubungan serta pengukuran ataupun indikator. Adanya korelasi dengan nilai yang tinggi maka dikatakan bahwa pengukuran yang telah dilakukan dapat mengukur variabel dengan akurat. Pengukuran yang dapat dilihat adalah *outer loadings* $> 0,70$ untuk menunjukkan korelasi antar variabel valid, dan *average variance extracted (AVE)* dengan nilai $> 0,50$ supaya variabel dapat menjelaskan suatu indikator.

2. *Discriminant Validity*

Merupakan suatu pengukuran untuk melihat sejauh mana pengukuran dari suatu variabel yang tidak terdapat hubungan atau korelasi dengan pengukuran variabel lainnya. Digunakan untuk melakukan pemastian suatu pengukuran dalam mengukur konstruk yang tepat, dan bukan konstruk lain. Dalam *discriminant validity* ada beberapa pengukuran seperti *cross loadings*, *Fornell-*

Larcker, dan *heterotrait-monotrait (HTMT)*. Pada *cross loadings* memiliki kegunaan untuk melakukan pengukuran *discriminant validity* dengan melakukan perbandingan di bagian *outer loadings* untuk setiap indikator variabel yang ditentukan, dan hal ini dilakukan untuk memastikan apakah ada korelasi atau hubungan yang baik antar indikator dan variabel (Hair *et al.*, 2021).

Tabel 3. 4 Kriteria *Measurement (Outer) Model*

Validitas / Reliabilitas	Kriteria	Nilai
<i>Convergent Validity</i>	<i>Outer Loading</i>	≥ 0.70
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	≥ 0.50
<i>Discrimant Validity</i>	<i>Cross Loading</i>	<i>cross loading</i> dalam indikator suatu konstruk yang asal harus lebih tinggi dibanding dengan konstruk lain
	<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	Nilai di AVE suatu konstruk harus lebih tinggi daripada korelasi konstruk dengan lainnya
	<i>HTMT</i>	$HTMT < 0,9$
<i>Internal Consistency Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	≥ 0.70
<i>Composite Reliability</i>	<i>rho_c</i>	≥ 0.70

Sumber: (Hair *et al.*, 2021)

3.6.3.4. Evaluasi Pada *Structural Model*

Dalam model ini disebut juga *inner model* untuk dapat menjelaskan hubungan kausal di antara variabel yang laten. Dengan penggunaan evaluasi ini menggunakan uji kolinearitas, signifikan, dan *path coefficient*, kemudian dalam hasilnya akan digunakan untuk analisis penelitian dan uji terhadap hipotesis (Hair *et al.*, 2021).

A. *Collinearity*

Pada *collinearity* ada ketika korelasinya tinggi di antar variabel independen yang memengaruhi dependen. Kemudian *collinearity* yang dihasilkan nilainya harus rendah dibandingkan variabel independen, karena akan berpengaruh terhadap hipotesis dan hasil dari penelitian. Selanjutnya juga diukur melalui *variance inflation factor (VIF)*, dan syarat nilai *VIF* adalah <5 (Hair *et al.*, 2021).

B. *Bootstrapping*

Pada *Bootstrapping* yaitu menggunakan *subsamples* 5.000, untuk melakukan uji signifikansi pada *path coefficient* dan *outer loading* dalam *PLS-SEM*. Dalam penelitian ini menggunakan teknik uji satu arah (*one-tailed-test*), yaitu hipotesis yang dilihat nanti memiliki pengaruh atau tidak berpengaruh.

C. *Path Coefficient*

Pada *Path Coefficient* adalah perwakilan dari koefisien regresi standar ketika menjelaskan adanya pengaruh variabel independen ke dependen. Digunakan untuk melihat adanya perubahan variabel dependen yang dipengaruhi independen. Kemudian pada signifikansi pada model juga harus terpenuhi supaya proses pada uji hipotesis serta hasil akhirnya nanti akan

akurat, dengan nilai $t\text{-value} > 1,65$ (*single-tailed*) dan $> 1,96$ (*two-tailed*) dengan signifikan 5%, dan signifikan $p\text{-value} \leq 0,05$. Dan *path coefficient* dinilai melalui kisaran antara -1 hingga +1. Pada nilai -1 menunjukkan bahwa hubungan negatif antar variabel serta nilai +1 ada hubungan yang positif dia antara variabel (Hair *et al.*, 2021).

Tabel 3. 5 *Structural (Inner) Model*

Nama	Kriteria	Nilai
<i>Collinearity</i>	<i>Variance Factor (VIF)</i>	$\text{VIF} < 5$
<i>Significance dan Relevance of Path Coefficient</i>	<i>t-statistics</i>	$t\text{-value} > 1,65$
	<i>p-value</i>	$p\text{-value} \leq 0,05$
	<i>Path Coefficient</i>	$-1 < b < +1$

Sumber: (Hair *et al.*, 2021)

3.6.3.5. Analisis Hubungan *Direct Effect*

Dalam analisis untuk hubungan *direct effect* dilakukan untuk melakukan pengujian pengaruh langsung antar variabel laten dari yang telah dirumuskan dalam hipotesis penelitian. Menurut Hair *et al.* (2021), *direct effect* merepresentasikan hubungan kausal secara langsung antara satu konstruk eksogen dengan konstruk endogen lainnya tanpa melibatkan variabel perantara. Dalam analisis ini, di model *structural PLS-SEM* memiliki tujuan untuk menilai seberapa besar dan signifikan pengaruh suatu variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen secara langsung. Dalam pengujian ini dilakukan melalui estimasi nilai *path coefficient* yang menunjukkan arah dan kekuatan pada

hubungan, serta nilai signifikansi statistik yang diperoleh melalui uji dengan *bootstrapping*.

Dalam hubungan *direct effect* dinyatakan signifikan jika nilai *t-statistic* hasil *bootstrapping* $> 1,65$ dengan tingkat signifikansi 5% (*one-tailed*), dan nilai *p-value* $< 0,05$. Dalam hal ini kriteria digunakan untuk memastikan bahwa pengaruh langsung antar konstruk dalam model struktural mempunyai arah hubungan yang jelas sesuai dengan hipotesis penelitian dan didukung bukti statistik yang memadai (Hair *et al.*, 2021). Hail dari *direct effect* pada penelitian ini menjadi dasar utama dalam menjelaskan keterkaitan antar variabel dalam model penelitian, khususnya jika penelitian hanya berfokus pada hipotesis berpengaruh langsung saja. Pada penelitian yang dilakukan ini, peneliti berfokus pada pengujian *direct effect*, dan berdasarkan jurnal utama penelitian Salloum (2018) dengan judul “*Factors affecting the adoption of e-payment systems by university students: extending the TAM with trust*”, dalam jurnal ini hanya difokuskan untuk pengaruh hipotesis *direct effect*.

A. Total Effect

Dalam *total effect* adalah pengaruh total yang telah terjadi dalam variabel eksogen, endogen, dan mediasi. Dalam *total effect* ini juga berguna untuk membantu melihat seberapa besar pengaruh dari variabel-variabel yang digunakan ketika melakukan analisis pada penelitian. Maka peneliti dapat mengetahui adanya pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel yang digunakan.

B. Kesimpulan

Dalam model penelitian yang dilakukan ini, maka pengujian serta melakukan analisis *direct effect* antar variabel, penentuan variabel eksogen dan endogen didasarkan pada arah hubungan kausal dalam model, bukan pada mediasi. sebagai berikut:

- Variabel eksogen → Variabel endogen

- a. Variabel *Trust* terhadap *Perceived Usefulness*
- b. Variabel *Trust* terhadap *Perceived Ease of Use*
- c. Variabel *Trust* terhadap *Intention to Use*
- d. Variabel *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*
- e. Variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*
- f. Variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use*

3.7 Uji Hipotesis

Ketika melakukan uji hipotesis, pada proses pengujian dilakukan agar dapat melihat mengenai hipotesis rumusan berpengaruh atau tidak berpengaruh signifikan, sehingga nantinya akan dapat menghasilkan hasil rumusan dan kesimpulan yang tepat. Selanjutnya hasil data yang sudah didapatkan untuk kebutuhan penelitian ini akan diolah dan dilakukan analisa statistik dengan menggunakan *PLS-SEM* dan melihat *inner model* (Hair *et al.*, 2021).

3.7.1. *P-Values*

Dalam *P-Value*, adalah nilai probabilitas dan indikator yang digunakan ketika melakukan penilaian terhadap signifikansi *path coefficient*. $P-Value < 0,05$ menunjukkan jika *path coefficient* ada dalam tingkat signifikansi sebesar 5% untuk menunjukkan bahwa suatu hipotesis itu berpengaruh signifikan (Hair *et al.*, 2021).

3.7.2. *T-Statistics (T-Values)*

Dalam *T-value*, digunakan untuk melakukan penilaian apakah pengaruh dari variabel pada model yang ditentukan terjadi atau tidak, dan untuk menilai signifikansi *path coefficient*. Selanjutnya juga membandingkan seberapa besar koefisien yang telah dihasilkan dalam model dengan tingkat kesalahan dalam pengukuran. Dalam kriterianya $t\text{-statistic} > 1,65$ pada tingkat signifikansi 5% (*one-tailed*), dan nilai *p-value* $< 0,05$.

3.7.3. Path Coefficient

Dalam *path coefficient*, adalah standar dari pengukuran arah pengaruh variabel independen terhadap dependen. Pada *path coefficient* yang sudah memenuhi kriteria yaitu berkisar antara -1 hingga +1 untuk menunjukkan suatu variabel yang berpengaruh (+1) dan tidak berpengaruh (-1).

