

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang di gunakan dalam penelitian adalah strategi asosiatif adalah suatu metode dalam meneliti suatu objek yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih (simetris, kausal, dan timbal balik). Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi adanya pengaruh kausal, yaitu pengaruh sebab akibat, antara variabel bebas, yaitu *Trust* (X_1), *Perceived Usefulness* (X_2), *Perceived Risk* (X_3), dan variabel terikat adalah *Intention To Use* (Y) Go-Pay pada aplikasi GO-JEK pada mahasiswa Universitas Bung Karno, Universitas Persada Indonesia YAI, dan STMIK Jayakarta, Jakarta Pusat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey, dimana peneliti ini memilih pada analisis kuantitatif, mengambil dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu dengan mendatangi objek yang bersangkutan untuk mendapatkan data yang diperlukan. Dengan metode pengambilan sampel pada suatu populasi dan menggunakan pernyataan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dengan pendekatan korelasional.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi penelitian

Menurut Sugiyono (2017: 80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Bung Karno dengan populasi mahasiswa sebanyak 12.912 mahasiswa, Mahasiswa Universitas Persada Indonesia YAI dengan populasi mahasiswa sebanyak 13.879 mahasiswa, dan STMIK Jayakarta dengan populasi mahasiswa sebanyak 676 mahasiswa.

3.2.2. Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2016:83) *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 200 sampel dengan 99 responden dari Universitas Persada YAI, 63 responden dari Universitas Bung Karno, dan 38 responden dari STMIK Jayakarta

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, data memegang peranan penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

a. Data Primer

Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli menurut Kuncoro (2010). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individu atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda, kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian. Metode pengumpulan data primer adalah metode kuesioner ditambah dengan gambaran sebuah survei ataupun observasi.

b. Data sekunder

Sugiyono (2012: 225) mengatakan bahwa data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data primer yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, jurnal dan lain sebagainya.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini digunakan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat yaitu *Trust* (X1), *Perceived Usefulness* (X2), *Perceived Risk* (X3), dan variabel terikat adalah *Intention To Use* (Y) Go-Pay pada aplikasi GO-JEK pada mahasiswa Universitas Bung Karno, Universitas Persada Indonesia YAI, dan STMIK Jayakarta, Jakarta Pusat. Variabel-variabel yang diukur dijelaskan dalam beberapa indikator. Indikator ini akan dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1. Tabel Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	No. Item
<i>Trust</i> (X ₁) (McKnight et. al. Dalam Dias, 2012)	Kejujuran	1, 2, 3
	Kompetensi	4, 5, 6
	Informasi	7, 8, 9

Sumber: (McKnight et. al. Dalam Dias, 2012)

Variabel	Indikator	No. Item
<i>Perceived Usefulness</i> (X ₂) (Venkatesh et al, 2012)	Kinerja	10, 11, 12
	Produktivitas	13, 14, 15
	Efektivitas	16, 17, 18
	Manfaat	19, 20, 21

Sumber: (Venkatesh et al, 2012)

Variabel	Indikator	No. Item
<i>Perceived Usefulness</i> (X ₃) (Suresh dan Shashikala, 2011)	produk	22, 23, 24
	Transaksi	25, 26, 27
	Psikologis	28, 29, 30

Sumber: (Suresh dan Shashikala, 2011)

Variabel	Indikator	No. Item
<i>Intention to use</i> (Y) (Suki, 2011)	Jasa	31, 32, 33
	Intensitas	34, 35, 36
	Kebutuhan	37, 38, 39, 40

Sumber: (Suki, 2011)

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa kuesioner diukur menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017: 94). Dalam skala *likert* terdapat skor atau bobot terhadap jawaban yang disediakan. Apabila menjawab sangat setuju (SS) memiliki skor 5, setuju (S) memiliki skor 4, netral (N) memiliki skor 3, tidak setuju (TS) memiliki skor 2, dan jika menjawab sangat tidak setuju (STS) memiliki skor 1.

Tabel 3.2. Bobot Alternatif Jawaban Responden

Pernyataan	Kode	Bobot Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2017: 94)

3.5. Metoda Analisis Data

Untuk membahas masalah pokok penelitian, peneliti menggunakan uji statistik data. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel eksogen dan satu variabel endogen.

3.5.1. Metoda Pengelolaan Data

Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan *Structural Equation Model-Partial Least Square* (SEM-PLS) menggunakan *SmartPLS* 3.0.

3.5.2 Metoda Analisis Data

Structural Equation Model (SEM) adalah salah satu bidang kajian statistik yang dapat menguji sebuah rangkaian hubungan yang relatif sulit terukur secara bersamaan. Menurut Santoso (2012) SEM adalah teknik analisis *multivariate* yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi (korelasi), yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model, baik itu antar indikator dengan konstraknya, ataupun hubungan antar konstruk.

3.5.3. Metoda Analisis Statistik

Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan (SEM-PLS) dengan menggunakan program *smartPLS* 3.0. Analisis pada PLS dilakukan dengan tiga tahap:

1. Analisa Outer Model.
2. Analisa Inner Model.
3. Pengujian Hipotesis.

3.5.3.1 *Measurement Model* (Outer Model)

Model ini menspesifikasikan hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Atau dapat dikatakan bahwa outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Uji yang dilakukan pada outer model:

- a. *Convergent validity*. Nilai *convergent validity* adalah nilai *loading factor* pada variabel laten dengan indikator-indikator. Nilai *loading factor* > 0.7 dikatakan ideal dan masih dapat diterima.

b. *Discriminant Validity*. Nilai ini merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* dengan konstruk yang lain.

c. *Composite Reliability*. Data yang memiliki *composite reliability* > 0.8 mempunyai reliabilitas yang tinggi.

d. *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai AVE yang diharapkan > 0.5 .

e. *Cronbach Alpha*. Nilai diharapkan > 0.6 . untuk semua konstruk.

Uji yang dilakukan diatas merupakan uji pada outer model untuk indikator reflektif. untuk indikator formatif dilakukan pengujian yang berbeda. Uji untuk indikator formatif yaitu dengan *Significance of weights*. Nilai *weight* indikator formatif dengan konstuknya harus signifikan. (Hussein, 2015)

3.5.3.2 Analisis Inner Model

Analisis inner model dikenal juga sebagai analisis *structural* model, yang dilakukan untuk memastikan bahwa *structural* yang dibangun *robust* dan akurat. Evaluasi inner model dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi:

a. Uji kecocokan model (*model fit*)

Uji *model fit* ini digunakan untuk mengetahui suatu model memiliki kecocokan dengan data. Pada uji kecocokan model terdapat tiga indeks pengujian, yaitu *average path coefficient (APC)*, *average R-square (ARS)* dan *average varians factor (AVIF)*. APC dan ARS diterima dengan syarat *p-value* $< 0,05$ dan AVIF lebih kecil dari 5.

b. Koefisien determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilia R^2 0.75 baik, 0.50 moderat, sedangkan 0.25 lemah (Ghozali, 2014).

3.5.3.3 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan berbagai evaluasi, baik outer model maupun inner model maka selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel endogen dan variabel eksogen. Suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikasinya. Tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Apabila tingkat signifikansi yang dipilih sebesar 5% maka tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. Dalam penelitian ini ada kemungkinan mengambil keputusan yang salah sebesar 10% dan kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95%. Berikut ini yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu:

$P\text{-value} < 0,05$: H_0 di tolak maka H_a ditolak

$P\text{-value} \geq 0,05$: H_0 diterima maka H_a diterima

P-value : *probability value* (nilai probabilitas atau peluang) atau nilai yang menunjukkan peluang sebuah data untuk digeneralisasikan dalam populasi yaitu keputusan yang salah sebesar 5% dan kemudian mengambil keputusan yang benar sebesar 95%. (Ghozali, 2014)

1. Pengaruh *Trust* (X_1) terhadap *Intention to use* (Y).

$H_0 = 0$: Tidak terdapat pengaruh *Trust* terhadap *Intention to use*.

$H_a \neq 0$: Terdapat pengaruh *Trust* terhadap *Intention to use*.

2. Pengaruh *Perceived Usefulness* (X_2) terhadap *Intention to use* (Y).

$H_0 = 0$: Tidak terdapat pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to use*.

$H_a \neq 0$: Terdapat pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to use*.

3. Pengaruh *Perceived Risk* (X_3) terhadap *Intention to use* (Y).

$H_0 = 0$: Tidak terdapat pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Intention to use*.

$H_a \neq 0$: Terdapat pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Intention to use*.