

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017:120). Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh antara variabel persepsi manfaat ( $X_1$ ), persepsi risiko ( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ) merupakan variabel eksogen dengan variabel minat menggunakan *e-money* ( $Y$ ) merupakan variabel endogen. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu dengan mengadakan kuisisioner (Sugiyono, 2017:11).

#### **3.2. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.2.1 Populasi Penelitian**

Sugiyono (2017:148) populasi merupakan himpunan yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi umum dalam penelitian ini adalah penduduk DKI Jakarta, sedangkan populasi sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh penduduk DKI Jakarta yang menggunakan *e-money*. Pemilihan penduduk DKI Jakarta sebagai populasi pada penelitian ini dikarenakan Jakarta sebagai pusat ekonomi Indonesia ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)).

##### **3.2.2. Sampel Penelitian**

Sugiyono (2017:81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalkan karena keterbatasan dana tenaga, dan waktu. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus *margin of error* (MOE) sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan :

$n$  : jumlah sampel

$z$  : tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%  
(maka  $z=1,96$ )

Moe : *Margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang didapat ditoleransi, ditentukan 10%

Pengambilan sampel ini dilakukan pada tingkat kepercayaan 90% atau nilai kritis 10% sehingga ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas sebesar 96,04 sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini 100 responden. Pada metode PLS tidak membutuhkan ukuran sampel yang besar dan data tidak harus berdistribusi normal (Ghozali, 2015: 5).

Sugiyono (2017:84) teknik *non probability sampling* adalah metode sampling yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur atau populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan menggunakan teknik pendekatan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017:85) teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu pemilihan sekelompok subyek dalam *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai hubungan dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya, dengan demikian unit sampel yang terlibat sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.

Alasan penggunaan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria dengan yang telah ditentukan, karena itu sampel yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu untuk mendapatkan sampel yang representatif.

Adapun responden yang diinginkan dalam penelitian ini adalah penduduk yang menggunakan *e-money* dengan kriteria sebagai berikut :

1. Responden minimal berusia 17 tahun, karena peneliti membutuhkan jawaban yang baik dan dapat mengerti apa yang peneliti tanyakan.
2. Responden adalah penduduk DKI Jakarta.
3. Responden pernah menggunakan atau memiliki *e-money*.

### **3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1. Data**

Berdasarkan sumber nya data dibagi menjadi dua yaitu:

##### **3.3.1.1. Data Primer**

Sugiyono (2017:223) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari penyebaran kuisioner secara langsung kepada responden yang berkaitan dengan variabel persepsi manfaat, persepsi risiko, promosi, dan minat menggunakan *e-money*.

##### **3.3.1.2. Data Sekunder**

Sugiyono (2017:223) data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data sekunder bersumber dari internet, data Bank Indonesia, *e-journal* dan buku-buku yang berkaitan dengan variabel persepsi manfaat, persepsi risiko, promosi, dan minat menggunakan *e-money*.

#### **3.3.2. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei yang disebarkan pada populasi. Teknik yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik kuisioner. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2017:199). Adapun penyebaran kuisioner dilakukan dengan menggunakan layanan dari *google*, yaitu [www.docs.google.com/forms](http://www.docs.google.com/forms). Setelah selesai mengisi kuisioner responden akan mengirimkannya kembali ke

*google*. Dengan waktu pengumpulan data yang telah dilakukan peneliti yakni selama 1 bulan (Januari 2019).

Penelitian ini menggunakan media *google form* karena jangkauan yang lebih luas, waktu pengisian yang kondisional yang memudahkan bagi responden, penyebaran pertanyaan serta pengambilan data lebih cepat dan efisien baik waktu dan biaya. Peneliti menggunakan internet untuk menyebarkan *link* dari *google form* dengan cara membagikannya ke aplikasi pengiriman pesan secara *personal* dan grup sesuai dengan sampel. Penelitian ini menggunakan survei yang dikirim melalui internet atau *computer deleverd survei*. Skala pengukuran nilai sikap dan persepsi responden, dalam penelitian ini menggunakan *skala likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang kejadian tertentu (Sugiyono, 2017:132) seperti pada tabel dibawah ini.

**Tabel 3.1.** Skala *Likert*

NO	Alternatif Jawaban	Nilai Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (ST)	4
3	Ragu-Ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017)

Keterangan: untuk pertanyaan dengan jawaban “sangat setuju (SS)” maka memiliki bobot nilai 5, untuk pertanyaan dengan jawaban “setuju (ST)” maka memiliki bobot nilai 4, untuk pertanyaan dengan jawaban “ragu – ragu (RG)” maka memiliki bobot nilai 3, untuk pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju (TS)” maka memiliki bobot nilai 2 dan untuk pertanyaan dengan jawaban “sangat tidak setuju (STS)” maka memiliki bobot nilai 1.

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian dapat didefinisikan sebagai atribut atau sifat atau nilai orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:95). Pada

penelitian ini digunakan dua jenis variabel, yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Operasional variabel adalah suatu atribut seseorang atau obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:39) terdapat 4 variabel yang di operasionalkan dalam penelitian ini yaitu persepsi manfaat ( $X_1$ ), persepsi risiko ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), dan minat menggunakan *e-money* ( $Y$ ).

#### **3.4.1. Variabel Eksogen**

Ghozali (2015:9) variabel eksogen adalah variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lainya. Dalam diagram jalur variabel eksogen ditandai sebagai variabel yang tidak ada panah yang menuju ke arahnya dari variabel lainya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel eksogen adalah persepsi manfaat, persepsi risiko, dan promosi.

#### **3.4.2. Variabel Endogen**

Ghozali (2015:9) variabel endogen adalah variabel yang mempunyai anak panah-panah menuju kearah variabel tersebut. Variabel yang termasuk didalamnya mencakup semua variabel perantara dan tergantung variabel perantara endogen mempunyai anak panah yang menuju kearahnya dan dari arah variabel tersebut dalam suatu model. Adapun variabel tergantung hanya mempunyai anak panah yang menuju kearahnya. Variabel ini disebut pula dependen variabel, dalam penelitian ini variabel endogen adalah minat menggunakan *e-money*.

Variabel-variabel yang diukur dan dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator ini akan dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan dalam kuisioner. Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.2. berikut ini:

**Tabel 3.2.** Sub Indikator Penelitian dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala	No. Item	Kode
Persepsi Manfaat (X <sub>1</sub> ), Jogyanto (2014)	Kecepatan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mempercepat proses pembayaran</li> </ul>	Ordinal	1	PMN 1
	Kinerja	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memiliki ketepatan dalam transaksi</li> </ul>	Ordinal	2	PMN 2
	Produktifitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bertransaksi lebih dari satu kali</li> </ul>	Ordinal	3	PMN 3
	Efektifitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kesesuaian dalam jumlah pembayaran</li> </ul>	Ordinal	4	PMN 4
	Kemudahan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemudahan dalam pembayan</li> </ul>	Ordinal	5	PMN 5
	Kegunaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kesesuaian produk dalam kegiatan bertransaksi</li> </ul>	Ordinal	6	PMN 6
Persepsi Risiko (X <sub>2</sub> ), Schiffman dan Kanuk (2014)	Risiko kemanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kehilangan saldo</li> </ul>	Ordinal	7	PRS1
	Risiko Kinerja	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produk tidak berfungsi dengan baik</li> </ul>	Ordinal	8	PRS2
	Risiko psikologi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketidaknyamanan dalam bertransaksi</li> </ul>	Ordinal	9	PRS3
	Risiko keuangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Transaksi ganda</li> </ul>	Ordinal	10	PRS4
	Risiko Waktu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proses transaksi mengalami kendala</li> </ul>	Ordinal	11	PRS5
	Risiko sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketidaksesuaian pembayaran produk</li> </ul>	Ordinal	12	PRS6

**Tabel 3.2.** Sub Indikator Penelitian dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala	No. Item	Kode
Promosi (X <sub>3</sub> ), Kotler (2016)	Periklanan	• Promosi dilakukan di berbagai media	Ordinal	13	PMS1
		• Promosi dilakukan pada tempat umum	Ordinal	14	PMS2
		• Promosi dilakukan secara berkala	Ordinal	15	PMS3
Promosi (X <sub>3</sub> ), Kotler (2016)	Promosi penjualan	• Kerja sama dengan perusahaan lain	Ordinal	16	PMS4
		• Potongan harga		17	PMS5
		• Promosi dilakukan diberbagai tempat	Ordinal	18	PMS6
	Hubungan masyarakat	• Informasi yang disampaikan penerbit mudah diterima	Ordinal	19	PMS7
	Penjualan secara pribadi	• Penjualan langsung pada tempat umum	Ordinal	20	PMS8
penjualan secara langsung	• Pengadaan event	Ordinal	21	PMS9	
Minat Menggunakan (Y), Kotler dan Keller (2016)	Pribadi	• Keinginan menggunakan <i>e-money</i>	Ordinal	22	MNT 1
		• <i>E-money</i> bermanfaat dimasa yang akan datang	Ordinal	23	MNT 2
	Sosial	• Kemajuan alat pembayaran	Ordinal	24	MNT 3

Dari data operasional variabel yang digunakan pada tabel di atas, untuk penentuan pengukuran masing-masing item variabel menggunakan skala *ordinal* jawaban dari

masing-masing item instrumen akan diberikan skala dari 1 sampai 5. Untuk skor “5 = Sangat Setuju (SS)”, “4 = Setuju (ST)”, “3 = Ragu-Ragu”, “2 = Tidak Setuju” dan “1 = Sangat Tidak Setuju (STS)”.

### 3.5. Metode Analisi Data

#### 3.5.1. Statistik Deskriptif

Sugiyono (2017:149) analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

#### 3.5.2. Analisis Regresi Berganda

Sugiyono (2017:275) analisis regresi berganda yaitu suatu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel terhadap variabel yang lain. Terdapat satu variabel endogen dan lebih dari satu variabel eksogen. Penelitian ini menggunakan persamaan *regresi linier* berganda karena variabel eksogen dalam penelitian lebih dari satu. Adapun persamaan regresi berganda menurut (Sugiyono, 2017:275) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Minat Menggunakan *e-money*

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Variabel persepsi manfaat

$X_2$  = Variabel persepsi risiko

$X_3$  = Variabel promosi

$e$  = *error*

#### 3.5.3. Analisis Statistik Data

Analisis statistik data untuk melakukan perhitungan data yang telah disajikan dalam menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis penelitian.

Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan program *SmartPLS* dengan menggunakan metode analisis PLS terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Model pengukuran (*outer model*) menunjukkan bagaimana variabel manifest atau observed variabel merepresentasi variabel laten untuk diukur. Sedangkan model struktural (*inner model*) menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk (Ghozali, 2017:7). Penjelasan akan kedua evaluasi model sebagai berikut :

### 3.5.3.1. Evaluasi (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai validitas atau reliabilitas model. Menurut Sugiyono (2017:363) Uji validitas adalah suatu alat ukur yang dianggap valid apabila tingkat ketelitian dan ketetapan pengukuran dapat diandalkan. *Outer model* dengan indikator refleksif di evaluasi melalui *validitas convergent* dan *discriminant* dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach's alpha* untuk blok indikatornya (Ghozali, 2015:73), uji yang dilakukan pada outer model yaitu:

1. *Convergent Validity*: Nilai *convergent validity* dapat dilihat dari korelasi antar *score* item atau indikator dengan konstraknya. Indikator dianggap reliabel jika memiliki nilai korelasi di atas 0,70, namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, nilai *loading factor* 0,5 – 0,6 masih dapat diterima (Ghozali, 2015:37).
2. *Discriminant Validity*: Nilai ini merupakan nilai *cross loading factor* 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 (Ghozali, 2015:39).
3. *Average Variance Extracted (AVE)*: Nilai AVE yang diharapkan  $> 0,5$  (Ghozali, 2015:76).
4. *Composite Reliability*: nilai *compsite reliability* harus  $> 0,7$  untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai 0,6 – 0,7 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory*. (Ghozali, 2015:75).

5. *Cronbach's Alpha*: Nilai diharapkan  $> 0,7$  untuk semua konstruk, namun untuk penelitian yang bersifat *exploratory*  $> 0,6$  masih dapat diterima (Ghozali, 2015:77).

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 konstraknya harus signifikan (Ghozali, 2015:73).

### 3.5.3.2 Evaluasi (*inner model*)

Pengujian *inner model* bertujuan untuk menguji hipotesis yang dikembangkan untuk menguji pengaruh variabel eksogen pada variabel endogen. Menurut Hair Jr *et al.*, (2014:35) kriteria dalam proses pemodelan struktural disebut sebagai rekomendasi melalui evaluasi nilai  $R^2$ , menilai koefisien jalur serta melaporkan hubungan yang signifikan dalam model struktural, dan prediksi relevansi prediktif model berdasarkan  $Q^2$  ( $Q^2 \geq 0$  menunjukkan perilaku prediksi model dan GoF (*Goodness of Fit*)).

#### a. Penilaian varian konstruktor endogen ( $R^2$ )

Dalam menilai model struktural dengan PLS, dapat melihat nilai *R-square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantive. Nilai *R-square* 0,75, 0,50, dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, *moderate*, dan lemah. Hasil dari PLS *R-square* merepresentasi jumlah *variance* dari konstruk yang dijelaskan oleh model (Ghozali, 2015: 78).

#### b. Penilaian prediksi ( $Q^2$ )

Disamping melihat besarnya nilai *R-square*, evaluasi hasil model struktural dapat juga dilakukan dengan menggunakan  $Q^2$  *predictive relevance* yang dikembangkan oleh Stone (1974) dan Geisser (1975). Teknik ini dapat mempresentasi *synthesis* dari *cross validation* dan fungsi *fitting* dengan prediksi dari *observed variabel* dan estimasi dari parameter konstruk dengan

menggunakan prosedur *blindfolding*. Nilai  $Q^2 > 0$  menunjukkan bahwa model mempunyai *predictive relevance*, sedangkan  $Q^2 < 0$  menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Apabila nilai yang didapatkan 0,02 dianggap kecil, 0,15 dianggap sedang, dan 0,35 dianggap besar. Semakin mendekati angka 1 maka mempunyai penilaian prediksi yang semakin baik (Ghozali, 2015:79).

c. Penilaian *Goodness of Fit* (GoF)

GoF (*Goodness of Fit*) dikembangkan oleh Tenenhaus *et al.*, untuk mengevaluasi model pengukuran dan model struktural dan ‘disamping itu menyediakan pengukuran sederhana untuk keseluruhan dari prediksi model. Menurut Fornel dan Larcker (1981) dalam Ghozali (2015: 83) nilai *indeks* GoF adalah 0,1 (kecil), 0,25 (sederhana) dan 0,36 (besar) . Untuk alasan ini GoF *indeks* dihitung dari akar kuadrat AVE dan akar kuadrat dari *R-square* (Ghozali, 2015: 83).

### 3.5.3.3. Pengujian Hipotesis

Setelah mengevaluasi *outer model* dan *inner model*, selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis. Menurut Sugiyono (2017:159) hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. kebenaran hipotesis dapat dibuktikan dengan data yang terkumpul. Pengujian Hipotesis dilakukan dengan melihat nilai probabilitas dan t-statistik nya. Untuk nilai probabilitas, nilai *p-value* dengan *alpha* 5% adalah  $< 0,05$ . Nilai t-tabel untuk *alpha* 5% adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan Hipotesis adalah ketika t-statistik  $>$  t-tabel (Ghozali, 2015:42). Berikut ini adalah langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini:

1. Pengaruh  $X_1$  (persepsi manfaat) terhadap Y (minat menggunakan *e-money*).

Ho:  $\beta = 0$  artinya tidak terdapat pengaruh positif signifikan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money*.

Ha:  $\beta \neq 0$  artinya terdapat pengaruh positif signifikan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money*.

Kriteria:

- a.  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika Signifikansi  $< 0,05$
  - b.  $H_0$  diterima jika  $H_a$  ditolak jika Signifikansi  $\geq 0,05$
2. Pengaruh  $X_2$  (persepsi risiko) terhadap  $Y$  (minat menggunakan *e-money*).
- $H_0: \beta = 0$  artinya tidak terdapat pengaruh positif signifikan persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-money*.
- $H_a: \beta \neq 0$  artinya terdapat pengaruh positif signifikan persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-money*.

Kriteria:

- a.  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika Signifikansi  $< 0,05$
  - b.  $H_0$  diterima jika  $H_a$  ditolak jika Signifikansi  $\geq 0,05$
3. Pengaruh  $X_3$  (promosi) terhadap  $Y$  (minat menggunakan *e-money*).
- $H_0 : \beta = 0$  artinya tidak terdapat pengaruh positif signifikan promosi terhadap minat menggunakan *e-money*.
- $H_a : \beta \neq 0$  artinya terdapat pengaruh positif signifikan promosi terhadap minat menggunakan *e-money*.

Kriteria.

- a.  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika Signifikansi  $< 0,05$
- b.  $H_0$  diterima jika  $H_a$  ditolak jika signifikan  $\geq 0,05$