

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode *survey*. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2019:23) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah diterapkan.

Metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan (Sugiyono, 2019:48).

#### **3.2. Populasi dan Sample**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:136). Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Global Vision yang menggunakan *e-wallet* OVO.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2019:137) *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Kriteria sampel yang menjadi pertimbangan pada penelitian ini yaitu karyawan PT. Global Vision Impex yang menggunakan aplikasi OVO pada bulan Oktober sampai Desember 2020. Dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya, peneliti memutuskan untuk menggunakan 100 responden, seperti yang dikemukakan Ghazali (2014:30) yang menyatakan bahwa besarnya sampel untuk pengujian PLS digunakan untuk mengkonfirmasi teori, tetapi dapat juga digunakan untuk pengujian PLS untuk mengkonfirmasi teori, tetapi dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten dan memiliki pengaruh yang lebih besar, minimal direkomendasikan sebanyak 30 sampai 100.

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

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan sumber primer melalui daftar pertanyaan kuesioner. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019:219).

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang dan pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2019:157). Penelitian ini peneliti menggunakan skala likert, dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan dan pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata berikut (Sugiyono, 2019: 159).

1 = Sangat tidak setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Ragu-ragu (RG)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan menggunakan metode kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2019:225). Sebelum memberikan kuesioner kepada responden peneliti bertanya terlebih dahulu kepada karyawan PT. Global Vision Impex apakah mereka menggunakan aplikasi OVO pada bulan Oktober sampai Desember 2020, jika iya peneliti meminta persetujuan responden untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner.

### 3.5. Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:66). Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Kualitas produk adalah kemampuan aplikasi OVO memenuhi harapan penggunaannya. Indikator dalam kualitas produk diantaranya
  - a. *Performance*: OVO memiliki kinerja yang baik sehingga pengguna dapat melakukan transaksi pembayaran di berbagai merchant.
  - b. *Features*: Aplikasi OVO memiliki fitur yang lengkap yang dapat memenuhi kebutuhan penggunaannya.
  - c. *Reliability*: Aplikasi OVO rendah potensi gagal dalam transaksi pembayaran.
  - d. *Conformance to specification*: Aplikasi OVO dapat digunakan setiap saat
  - e. *Serviceability*: Dengan menggunakan OVO transaksi pembayaran menjadi lebih cepat
  - f. *Esthetics*: OVO memiliki tampilan aplikasi yang menarik
  - g. *Perceived quality*: Dengan menggunakan OVO pembayaran menjadi simple dan instant
2. *Perceived ease of use* adalah kemudahan yang dirasakan pengguna dalam menggunakan aplikasi OVO dengan indikator

- a. TI mudah dipelajari: Aplikasi OVO mudah untuk dipelajari
  - b. TI mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan pengguna: Dengan menggunakan OVO transaksi pembayaran menjadi mudah.
  - c. Keterampilan pengguna bertambah dengan menggunakan TI: OVO mempermudah pengguna mengatur keuangan
  - d. dan TI sangat mudah dioperasikan: Aplikasi OVO mudah dioperasikan
3. *Perceived ease of use* adalah pemahaman resiko atau konsekuensi penggunaan OVO. Indikator dalam *perceived ease of use* antara lain:
- a. Finansial: Pengguna tidak khawatir akan resiko pencurian saldo.
  - b. Kinerja: Pengguna tidak khawatir akan resiko kegagalan saat bertransaksi dengan OVO.
  - c. Sosial: Pengguna tidak khawatir mengalami penolakan saat akan melakukan pembayaran OVO diberbagai merchant.

Variabel yang telah diukur dan dijabarkan pada beberapa indikator memiliki beberapa sub indikator. Kemudian sub indikator tersebut dijadikan sebagai dasar untuk menyusun *item-item* instrumen berupa pertanyaan dan pernyataan pada kuesioner. Untuk memudahkan melihat indikator yang digunakan maka peneliti menjabarkannya ke dalam operasionalisasi.

**Tabel 3.1.** Variabel, Indikator, Sub Indikator Kualitas Produk

Variabel	Indicator / dimensi	SUB indicator	Kode
Kualitas produk Menurut Garvin (Tjiptono, 2016:134)	<i>Performance</i>	Kinerja aplikasi	KP1
	<i>Features</i>	Fitur	KP2
	<i>Reliability</i>	Kemungkinan gagal dipakai	KP3
	<i>Confermance to Specification</i>	Kesesuaian dengan aplikasi	KP4
	<i>Serviceability</i>	1. Kecepatan	KP5
		2. Kemudahan	KP6
	<i>Esthetics</i>	Daya tarik	KP7
	<i>Perceived Quality</i>	Kualitas yang dipersepsikan	KP8

**Tabel 3.2.** Variabel, Indikator, Sub Indikator *Perceived ease of use*

Variabel	Indicator / dimensi	Kode
<i>Perceived ease of use</i> menurut Davis (Widia et.al. 2012:53)	TI mudah dipelajari	PE1
	TI Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan pengguna	PE2
	Keterampilan pengguna bertambah dengan menggunakan TI	PE3
	TI sangat mudah dioperasikan	PE4

**Tabel 3.3.** Variabel, Indikator, Sub Indikator *Perceived risk*

Variabel	Indicator / dimensi	Kode
<i>Perceived risk</i> menurut Dowling dan Stealin Dalam Ujang et.al (2011;264)	Finansial	PR1
	Kinerja	PR2
	Sosial	PR3

**Tabel 3.4.** Variabel, Indikator, Sub Indikator Kepuasan Konsumen

Variabel	Indicator / dimensi	SUB indicator	Kode
Kepuasan Konsumen menurut Kotler 2016	<i>Repurchase</i>	Membeli kembali	K1
	<i>Word-of-mouth</i>	Menciptakan kesan baik	K2
	Citra Merek	Tidak memperhatikan merek lain	K3
	keputusan pembelian	Menciptakan keputusan pembelian	K4

### 3.6. Metode Analisis Data

#### 3.6.1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini menggunakan karakteristik demografi (usia, jenis kelamin, devisi) dan karakteristik responden (jenis produk yang dibeli). Deskripsi responden tersebut ditampilkan dalam bentuk tabel.

#### 3.6.2. Analisis Indeks Persepsi

Teknik analisa digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan responden atas item-tem yang diajukan. Penelitian ini menggunakan teknik skoring dengan skor maksimal 5 dan minimal 1 yang digunakan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel kualitas produk, *perceived ease of use*, *perceived risk* dan kepuasan pelanggan. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap masing-

masing variabel, maka akan didasarkan pada nilai skor rata-rata (*indeks*) yang dikategorikan ke dalam rentang skor berdasarkan perhitungan *three box method* (Ferdinand, 2014: 231).

Angka indeks yang dihasilkan menunjukkan skor 20 hingga 100 dengan rentang sebesar 80. dengan menggunakan kriteria tiga kotak (*Three-box Method*), maka rentang sebesar 80 dibagi menjadi 3 bagian, sehingga menghasilkan rentang untuk masing masing sebagian sebesar 26, dimana akan digunakan sebagai daftar interpretasi indeks berikut (Ferdinand, 2014: 232):

20 – 46 = Rendah

47 – 73 = Sedang

74 – 100 = Tinggi

Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skor maksimal 5 dan skor minimal 1, maka perhitungan indeks jawaban responden adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Nilai Indeks} = [(\%F1*1) + (\%F2*2) + (\%F3*3) + (\%F4*4) + (\%F5*5)]/5 \dots (3.3)$$

Keterangan:

- F1 : Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.
- F2 : Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.
- F3 : Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.
- F4 : Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.
- F5 : Frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

### 3.7. Analisis Inner Model

Analisa inner model atau analisa structural model yaitu analisa yang menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan *substantive theory* Ghozali (2014:41).

Evaluasi inner model dapat dilihat menggunakan beberapa indikator berikut ini:

1. Uji kecocokan model (model fit)

Digunakan untuk mengetahui suatu model memiliki kecocokan dengan data. Pada uji kecocokan model terdapat tiga pengujian indeks seperti average path coefficient (APC), average R-square (ARS) dan average varians factors (AVIV), APC dan ARS diterima dengan syarat pvalue lebih kecil dari 0,50 dan AVIV lebih kecil dari 5.

2. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen menggunakan koefisien determinasi. Hasil  $R^2$  sebesar 0,67, 0,33, 0,19 mengindikasikan bahwa model baik, moderat dan lemah (Ghozali 2014:76).

3. *Q-square*

Model juga dievaluasi dengan melihat hasil *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. *Q-square* digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Besaran  $Q^2$  memiliki nilai dengan rentang 0 lebih kecil dari  $Q^2$  lebih kecil dari 1, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Besaran  $Q^2$  ini setara dengan koefisien detreminasi total pada analisis jalur atau path analysis. Nilai  $Q^2$  lebih besar dari 0 menunjukkan model memiliki prediktif relevansi, sebaliknya jika nilai  $Q^2$  lebih kecil sama dengan 0 menunjukkan model kurang memiliki prediktif relevansi. Perhitungan  $Q^2$  total dilakukan dengan rumus (Chin, 1998: 43):

$$Q^2 = 1 - \{ (1 - R_1^2) (1 - R_2^2) \}$$

$$Q^2 = Q\text{-square}$$

$$R^2 = \text{koefisien determinasi}$$