

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

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

Berdasarkan tujuan dan bentuk kerangka konseptual penelitian, maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi *asosiatif*. Menurut Sugiyono (2017:37) strategi *asosiatif* adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dimana penelitian ini tujuannya adalah memberi penjelasan apakah terdapat pengaruh antar variabel  $X_1$  (Kepercayaan),  $X_2$  (Kemudahan), dan  $X_3$  (Promosi) terhadap variabel Y (Minat Menggunakan) secara parsial maupun simultan. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survei, dimana peneliti membagikan kuisioner untuk mengumpulkan data, peneliti mengolah data apa adanya, menganalisa, dan menafsirkan data-data tersebut.

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

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

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di daerah kel. Malaka Sari Jakarta Timur.

Populasi sasaran adalah populasi yang benar-benar dijadikan sumber data. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Go-Jek di wilayah kel. Jakarta Timur.

**Tabel 3.1.** Data Populasi di Kel. Malaka Sari Jakarta Timur

<b>Rukun Warga</b>	<b>Jumlah Penduduk</b>
1	3625
2	2098
3	3458
4	4157
5	3941
6	3785
7	3603
8	2390
9	2715
10	2684
<b>Total</b>	<b>32456</b>

Sumber: Data Diolah dari Kel. Malaka Sari November 2018

### 3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yaitu Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama pada bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan rumus *slovin* yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

keterangan :

$n$  = Jumlah Sampel

$e$  = Taraf Kesalahan

$N$  = Jumlah Populasi

Populasi ( $N$ ) sebanyak 32456 orang yang menggunakan aplikasi fintech Go-Pay dengan asumsi tingkat eror ( $e$ ) = 10%, maka jumlah sampel adalah :

$$n = \frac{32456}{1 + 32456(0,10)^2}$$

$$= 99,69 \longrightarrow 100$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 100 responden yang menggunakan fintech Go-Pay dalam aplikasi Go-Jek di Kel.Malaka Sari Jakarta Timur

### **3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2013:187) data pengertian adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer adalah responden individu, kelompok fokus, internet juga dapat menjadi sumber data primer jika kuisisioner disebarkan melalui internet. Dalam penelitian ini, data primer didapat dari hasil pengisian kuisisioner oleh masyarakat pengguna fintech Go-Pay dalam aplikasi Go-Jek di Kel. Malaka Sari Jakarta Timur. Tujuannya adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan fintech Go-Pay dalam aplikasi Go-Jek.

Guna mendapat keakuratan dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dan informasi dari pengguna fintech Go-Pay dalam aplikasi Go-Jek yaitu masyarakat di Kelurahan Malaka Sari Jakarta Timur. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Riset Pustaka**

Riset pustaka dilakukan berdasarkan buku yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas untuk mendapatkan teori dan definisi yang akan dipergunakan dalam penelitian ini.

#### **2. Kuesioner (angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang

luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui internet atau pos. (Sugiyono,2017:142)

Kuesioner diberikan kepada responden setelah peneliti melakukan wawancara kepada responden di wilayah Kel. Malaka Sari yang menggunakan aplikasi Go-Jek yang menggunakan fintech Go-Pay. Penyebaran 100 kuesioner dibagi ke 10 RW dilakukan selama 30 Hari di wilayah Kel.Malaka Sari Jaktim

### 3.4. Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen, yaitu kepercayaan, kemudahan dan promosi terhadap minat untuk menggunakan fintech. Berdasarkan teori, definisi operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut.

**Tabel 3.2.**

Indikator Variabel Kepercayaan

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kepercayaan (X <sub>1</sub> )	Kepercayaan adalah keyakinan seseorang tentang sesuatu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Percaya Bahwa perusahaan memberikan informasi yang sebenarnya kepada konsumen.</li> <li>2. Percaya bahwa perusahaan mampu memenuhi kebutuhan konsumen.</li> <li>3. Percaya bahwa perusahaan akan peduli jika konsumen menghadapi masalah dengan produk.</li> </ol>

*Jimenez et al (2016)*

**Tabel 3.2.**  
Indikator Variabel Kemudahan

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kemudahan (X <sub>2</sub> )	Kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan terbebas dari kesulitan atau upaya besar.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teknologi informasi mudah untuk dipelajari</li> <li>2. Teknologi informasi mudah didapatkan.</li> <li>3. Teknologi Informasi mudah untuk dioperasikan</li> </ol>

*Davis dalam Yoganda et,al (2017)*

**Tabel 3.4.**  
Indikator Variabel Promosi

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Promosi (X <sub>3</sub> )	Promosi adalah satu unsur dalam marketing mix yang tidak dapat diabaikan dalam suatu proses penjualan. Dalam usaha menunjang penjualan suatu produk dan memperkenalkan kepada orang lain atau konsumen, serta menarik konsumen untuk membeli suatu produk, maka diperlukan suatu usaha untuk mempromosikan produk tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan (Advertising)</li> <li>2. Promosi Penjualan (Sales Promotion)</li> <li>3. Hubungan Masyarakat (Publik Relation)</li> <li>4. Penjualan Langsung (Direct Marketing)</li> </ol>

*Kotler dan Keller (2012)*

**Tabel 3.5.**  
Indikator Variabel Minat Menggunakan

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>
Minat Menggunakan (X <sub>4</sub> )	Minat Menggunakan adalah keputusan subjektif dari konsumen tentang kemungkinan kesediaan menggunakan produk dimasa depan	1. Penggunaan 2. Tetap menggunakan 3. Merekomendasikan

Zulhawati (2017)

Penelitian ini diukur dengan skala *likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono,2017:136). Data kualitatif kuesioner penelitian kemudian di kuantitatifkan dengan cara di ubah berupa angka skor seperti tabel 3.6. dibawah ini

**Tabel 3.6.** Bobot Nilai Skala Likert untuk Instrumen Penelitian

<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Bobot Nilai</b>
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode survei adalah metode pengumpulan data yang berupa opini dari subyek yang diteliti dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner sebagai instrumen penelitian merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan

memberikan seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawab. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner ini diuji dengan uji validitas dan reliabilitas.

### **3.5. Metoda Analisis Data**

Metode penelitian menurut Sugiyono (2017:2) cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deksriptif, karena adanya varibel-variabel yang akan ditelaah hubungannya serta tujuannya untuk menyajikan gambaran mengenai pengaruh terhadap variabel-variabel yang diteliti.

#### **3.5.1. Instrument Penelitian**

Dalam penelitian ini pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuesioner penelitian akan diuji dengan menggunakan uji validitas dan uji realibilitas, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan SPSS Versi 25.

##### **1. Uji Validitas**

Validitas menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini jumlah sampelnya adalah 100 responden ( $n = 100$ ) dengan taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,1966, jadi kalau instrumen tersebut kurang dari 0,1966 dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini rumus yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas menggunakan rumus *Pearson Product Moment* yang diolah dengan menggunakan SPSS v.25.

##### **2. Uji Reabilitas**

Menurut Sugiyono (2017:130) uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrument yang dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali. Paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrument mencirikan tingkat konsistensi meskipun

kuisisioner unu digunakan dua kali atau lebih pada lain waktu. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuisisioner yang telah dinyatakan valid. Nilai reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *Alpha Cronbach* berdasarkan kriteria batas terendah reliabilitas adalah 0.6. bila krtiteria pengujian terpenuhi maka kuisisioner dinyatakan *reliable* atau secara sederhana, instrumen penelitian, maka tahap selanjutnya adalah memilih metode analisis data yang digunakan dan melakukan pengujian nterhadap hipotesis penelitian.

### 3.5.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi  $R^2$  bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen secara simultan mempengaruhi perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Jika  $R^2$  yang diperoleh dari hasil perhitungan mendekati 1 (satu) atau  $0 \leq R^2 \leq 1$ , maka semakin kuat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya apabila niali  $R^2$  mendekati nol, maka semakin lemah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono (2017:292) rumus untuk menghitung koefisien determinasi sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.3)$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

$R^2$  = Koefisien Korelasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui presentase besarnya pengaruh variable bebas terhadap variable terikat secara parsial, akan digunakan dengan rumus koefisien determinasi (KD):

#### 1. Koefisien Determinasi Parsial

- a. Determinasi Parsial antara  $X_1$  terhadap Y ( $X_2$ ,  $X_3$  dan Y konstan)

$$KD_{y1.23} = (r_{y1.23})^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.4)$$

- b. Determinasi parsial antara  $X_2$  terhadap Y ( $X_1$ ,  $X_3$  dan Y konstan)

$$KD_{y2.13} = (r_{y2.13})^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.5)$$

- c. Determinasi parsial antara  $X_3$  terhadap Y ( $X_1$ ,  $X_2$  dan Y konstan)

$$KD_{y3.12} = (r_{y3.12})^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.6)$$

Keterangan:

$r_{y1.23}$  = Koefisien korelasi parsial antara  $X_1$  dengan  $Y$  ( $X_2, X_3$  konstan)  $_y$

$$= \frac{r_{y1} - (r_{y2} \cdot r_{y3} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{y2})^2) \cdot (1 - (r_{y3})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

$r_{y2.13}$  = Koefisien korelasi parsial antara  $X_2$  dengan  $Y$  ( $X_1, X_3$  konstan)

$$= \frac{r_{y2} - (r_{y1} \cdot r_{y3} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{y1})^2) \cdot (1 - (r_{y3})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

$r_{y3.12}$  = Koefisien korelasi parsial antara  $X_3$  dengan  $Y$  ( $X_1, X_2$  konstan)

$$= \frac{r_{y3} - (r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{y1})^2) \cdot (1 - (r_{y2})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

## 2. Koefisien Determinasi Berganda

koefisien determinasi (KD) digunakan untuk mencari presentase pengaruh kepercayaan, kemudahan dan promosi terhadap minat menggunakan. Untuk mengetahui koefisien determinasi berganda digunakan dengan rumus:

$$KD_{123} = r_{Y123}^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.7)$$

Keterangan:

$r_{y123}$  = Koefisien korelasi berganda  $X_1, X_2, X_3$  terhadap  $Y$

$$= \frac{(r_{y1})^2 + (r_{y2})^2 + (r_{y3})^2 - 2(r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_{123})}{\sqrt{1 - (r_{123})^2}}$$

### 1.5.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial (dengan uji t) maupun secara bersama-sama (dengan uji F). Dalam penelitian ini, pengaruh variabel bebas terhadap variabel

terikat dilihat dari koefisien determinasi (KD). Nilai KD merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi ( $r^2$ ). Oleh karena itu, dalam pengajuan hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap  $\rho$ .

### 1. Pengujian hipotesis secara parsial

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial, sebagai berikut:

#### a. Merumuskan hipotesis

##### 1) Pengaruh $X_1$ (kepercayaan) terhadap Y (minat menggunakan)

$H_o: \rho_{y_{1.23}} = 0$  Secara parsial kepercayaan tidak signifikan terhadap minat menggunakan

$H_a: \rho_{y_{1.23}} \neq 0$  Secara parsial kepercayaan signifikan terhadap minat menggunakan

##### 2) Pengaruh $X_2$ (kemudahan) terhadap Y (minat menggunakan)

$H_o: \rho_{y_{2.13}} = 0$  Secara parsial kemudahan tidak signifikan terhadap minat menggunakan

$H_a: \rho_{y_{2.13}} \neq 0$  Secara parsial kemudahan signifikan terhadap minat menggunakan

##### 3) Pengaruh $X_3$ (promosi) terhadap Y (minat menggunakan)

$H_o: \rho_{y_{3.12}} = 0$  Secara parsial promosi tidak signifikan terhadap minat menggunakan

$H_a: \rho_{y_{3.12}} \neq 0$  Secara parsial promosi signifikan terhadap minat menggunakan

#### b. Menentukan taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05)

#### c. Kriteria pengujian

$H_o$  ditolak, jika signifikan  $t < 0,05$

$H_o$  diterima, jika signifikan  $t \geq 0,05$

#### d. Menghitung nilai signifikan t diperoleh dengan perhitungan menggunakan program SPSS versi 25

e. Kesimpulan.

## 2. Pengujian hipotesis secara simultan

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara simultan, sebagai berikut :

### a. Merumuskan hipotesis

- 1) Pengaruh  $X_1$  (kepercayaan),  $X_2$  (kemudahan), dan  $X_3$  (promosi) terhadap  $Y$  (minat menggunakan).

$H_0: \rho_{y123} = 0$  Secara simultan kepercayaan, kemudahan dan promosi tidak signifikan terhadap minat menggunakan

$H_a: \rho_{y123} \neq 0$  Secara simultan kepercayaan, kemudahan dan promosi signifikan terhadap minat menggunakan

- 2) Menentukan taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5%, (0,05)

- 3) Kriteria pengujian

$H_0$  ditolak, jika signifikan  $F < 0,05$

$H_0$  diterima, jika signifikan  $F \geq 0,05$

- 4) Menghitung nilai signifikan  $F$  diperoleh dengan perhitungan menggunakan program SPSS versi 25

- 5) Kesimpulan

Jika hasil pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan mendapatkan hasil  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, maka nilai  $KD$  dapat dipakai untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.