

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan terhitung sejak bulan Januari 2021 sampai dengan bulan juni 2021 atau selama 6 (enam) bulan. Waktu tersebut dipilih karena merupakan waktu yang peneliti rasa sangat tepat untuk melaksanakan kegiatan penelitian karena sudah tidak memiliki jadwal perkuliahan lagi. Sehingga sangat memudahkan peneliti untuk fokus melaksanakan penelitian.

3.1.2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan secara daring menggunakan kuesioner Goggle Form di lingkungan Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka Raya, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta 13220. Kuesioner disebarakan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah berbelanja dengan metode pembayaran digital menggunakan ShopeePay, dengan tujuan efisiensi waktu, biaya serta meminimalisir terjadinya penyebaran virus Korona.

3.2. Desain Penelitian

3.2.1. Metode Penelitian

Metode penelitian pada hakikatnya adalah sebuah cara ilmiah (rasional, empiris, dan sistematis) yang dilakukan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiono, 2013: 2). Sedangkan menurut Nazir (2014: 26) mendefinisikan jika metode ilmiah merupakan suatu pengerjaan terhadap kebenaran yang diatur oleh pertimbangan-pertimbangan yang logis. Senada dengan yang diungkapkan di atas Kerlinger dalam Yusuf (2014) metode penelitian juga didefinisikan sebagai sebuah cara untuk mengungkapkan permasalahan secara sistematis, terkendali, empiris dan kritis dari sifat atau pernyataan mengenai hubungan yang diduga dalam fenomena yang akan diteliti. Dengan demikian, metode penelitian dapat diartikan sebagai sebuah cara ilmiah yang dilakukan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu terhadap kebenaran yang diatur dengan pertimbangan-pertimbangan yang logis.

Penelitian yang dilakukan saat ini merupakan penelitian kuantitatif, sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data-data berupa angka yang pada umumnya dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial. Dengan artian, angka yang diperoleh kemudian diolah dan dicari tahu pengaruhnya terhadap rumusan masalah yang sudah ditentukan sebelumnya (Silaen, 2018: 18). Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode survei dengan

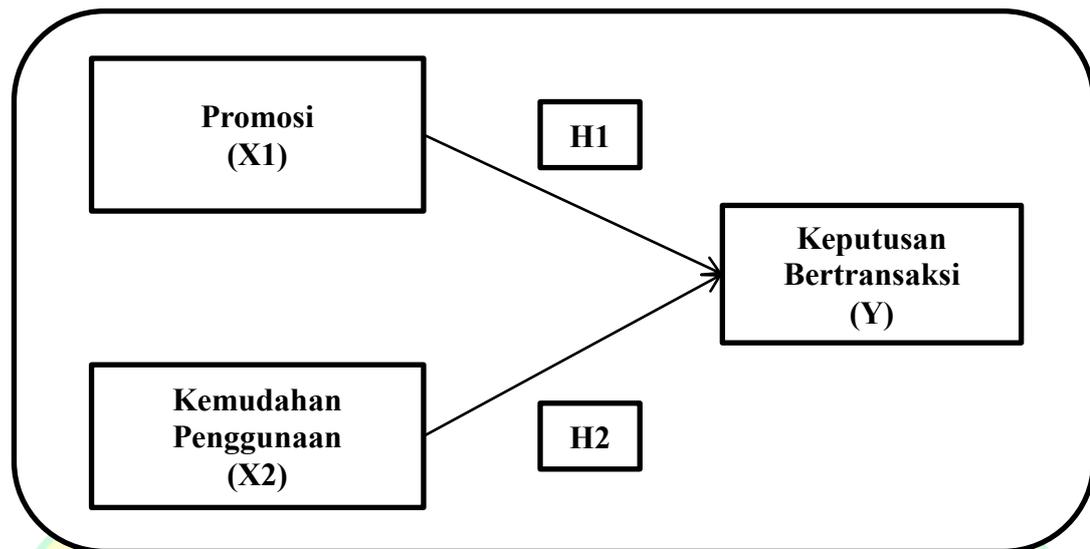
pendekatan korelasional. Hal ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Menurut W. Sanjaya (2015: 37) metode survei adalah penelitian yang berusaha untuk mengungkap opini, pendapat atau pandangan masyarakat terhadap isu-isu khusus yang diteliti, sedangkan pendekatan korelasional merupakan penelitian yang dilakukan untuk menemukan ada atau tidaknya hubungan antar dua atau lebih variabel yang diteliti. Peneliti menggunakan analisis regresi sederhana dalam penelitian ini, untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.2.2. Konstelasi Pengaruh antar Variabel

Berdasarkan Hipotesis yang peneliti rumuskan sebelumnya, bahwa:

1. Promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan bertransaksi.
2. Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Maka, konstelasi hubungan antar variabel penelitian ini dapat digambarkan seperti gambar di bawah ini:



Gambar 3. 1 Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah yang secara generalisasi terdiri dari: obyek ataupun subyek yang mempunyai kualitas dan ciri-ciri tertentu yang sudah ditentukan oleh peneliti sebagai bahan untuk dipelajari lalu kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 80). Jadi pada hakikatnya populasi bukan hanya sebatas jumlah yang ada atau terdapat pada suatu subjek atau objek yang dipelajari, akan tetapi mencakup keseluruhan dari ciri-ciri atau sifat yang dipunyai oleh subjek atau objek itu sendiri. Menurut Freankel sebagaimana dikutip oleh W. Sanjaya (2015) populasi merupakan suatu kelompok yang dijadikan perhatian oleh peneliti, kelompok yang secara umum berkaitan dengan siapa hasil penelitian itu berlaku. Populasi yang diambil dari penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah sebahagian dari jumlah serta karakteristik yang dipunyai oleh populasi tersebut (Sugyiono, 2013: 81). Menurut Sabar dalam Hartati & Nurdin (2019) sampel adalah bagian dari suatu subjek dalam populasi yang akan diteliti, yang sudah pasti akan mampu mempresentasikan atau mewakili populasinya.

Teknik dalam pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah *purposive sampling* yang merupakan pengambilan sampel dengan cara pertimbangan tertentu yang didasari oleh kepentingan atau keperluan serta tujuan dari penelitian (Suryani & Hendriyadi, 2016).

Dalam hal ini, sampel yang akan diambil oleh peneliti adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah berbelanja dan melakukan pembayaran menggunakan ShopeePay.

3.4. Pengembangan Instrumen

Terdapat tiga buah variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini, yakni Promosi (Variabel X1), Kemudahan Penggunaan (Variabel X2), dan Keputusan Bertransaksi (Variabel Y). Adapun instrument pengukuran yang digunakan untuk mengukur ketiga variabel tersebut adalah sebagai berikut:

3.4.1. Promosi (X1)

Defenisi Konseptual

Promosi adalah sebuah upaya yang dilakukan perusahaan khususnya pemasar untuk menginformasikan dan mengenalkan produk mereka kepada konsumen melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, ataupun publikasi agar konsumen tertarik untuk membeli dan mencobanya.

Defenisi Oprasional

Terdapat beberapa dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur promosi. Dimensi pertama yaitu, periklanan (*advertising*). Dimensi kedua yaitu, promosi penjualan (*sales promotion*). Dimensi ketiga yaitu, pemasaran interaktif (*interactive marketing*). Dan dimensi yang keempat, publisitas (*publicity*).

Kisi-kisi Instrumen

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Istrumen promosi

Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Periklanan (<i>advertising</i>)	Jangkauan promosi: persentase orang dalam target market yang	<ul style="list-style-type: none"> Iklan mengenai ShopeePay mampu tersebar secara 	Kotler & Keller, (2012)

	terpapar kampanye periklan selama periode waktu tertentu	luas sehingga saya dengan mudah mengetahui tentang ShopeePay <ul style="list-style-type: none"> • Iklan yang ditampilkan di TV mampu menarik dan mudah diingat dalam memperkenalkan produk ShopeePay 	
Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>)	Daya tarik promosi: argumen motivasional atau pernyataan deskriptif yang termuat dalam pesan iklan.	<ul style="list-style-type: none"> • Diskon dan promo-promo yang ada mampu membujuk saya untuk bertransaksi menggunakan ShopeePay • Produk ShopeePay melakukan promosi penjualan melalui bonus, 	

		<p><i>cashback</i>, event hari raya keagamaan, dll</p>	
<p>Pemasaran Interaktif (<i>Interactive Marketing</i>)</p>	<p>Kualitas penyampaian pesan: pesan promosi dinilai berkualitas bila mampu mendapatkan perhatian, mempertahankan minat, membangkitkan hasrat, dan meraih tindakan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promosi yang disampaikan mampu membuat saya yakin jika bertansaksi menggunakan ShopeePay lebih menguntungkan. • Informasi dari penjelasan yang diberikan ShopeePay jelas, menarik, dan juga sesuai dengan kenyataan sehingga mampu memotivasi saya untuk menggunakan 	

		nya	
Publisitas (<i>publicity</i>)	Kuantitas penayangan iklan di media promosi: cara penjadwalan penayangan iklan selama satu tahun, penjadwalan iklan harus secara teratur dalam periode waktu tertentu	<ul style="list-style-type: none"> • Iklan ShopeePay melalui media cetak ataupun elektronik jauh lebih efektif karena akan lebih mudah untuk ditemui. • Saya menggunakan ShopeePay karena kuantitas penayangan iklan Shopee di media cetak atau elektronik lebih sering. 	

Sumber: data diolah oleh peneliti

3.4.2. Kemudahan Penggunaan (X2)

Defenisi Konseptual

kemudahan penggunaan adalah suatu anggapan terkait proses dalam pengambilan keputusan ketika seseorang merasakan manfaat dari suatu

teknologi yang mudah dipahami serta digunakan. Apabila seseorang telah merasa yakin jika suatu sistem teknologi berguna dan mudah maka dia akan menggunakannya, sedangkan jika menurutnya teknologi tersebut kurang berguna dan sulit untuk digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Defenisi Oprasional

Terdapat beberapa dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur variable kemudahan penggunaan. Dimensi yang pertama yaitu, *Easy to learn* (Mudah untuk dipelajari) dengan indikator *learning to use the mobile payment is easy for me* atau dapat kita maknai dengan (belajar dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital itu tidak sulit bagi saya). Dimensi kedua yaitu, *Controllable* (Dapat dikendalikan) dengan indikatornya yaitu, *After using mobile wallet, banking become easier to me* yang dapat kita maknai dengan (setelah menggunakan pembayaran dompet digital urusan keuangan saya menjadi lebih mudah).

Dimensi yang ketiga yaitu, *Clear and Understandable* (Jelas dan mudah untuk dipahami) dengan indikatornya yaitu, *my interaction with mobile payment procedure would be clear and understandable* yang dapat kita maknai dengan (pengalaman interaksi saya dengan prosedur dalam pembayaran digital itu jelas dan mudah dipahami). Dimensi yang keempat yaitu, *Flexible* (Fleksibel) dengan indikatornya yaitu *I would find a mobile payment procedure to be flexible to interact* yang dapat kita

maknai dengan (saya menggunakan prosedur pembayaran digital itu supaya lebih fleksibel dalam beraktifitas). Dimensi yang kelima yaitu, *Easy to become skillful* (Menjadi terampil dengan mudah) dengan indikatornya yaitu, *it would be easy for me to become skillful at using the mobile payment* yang dapat kita maknai dengan (bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital itu sangat mudah). Dimensi keenam yaitu, *Ease of use* (Mudah untuk digunakan) dengan indikatornya yaitu, *i would find the mobile payment ease of use* yang dapat kita maknai dengan (saya merasa jika pembayaran digital itu sangat mudah untuk digunakan).

Kisi-kisi Instrumen

Variabel kemudahan penggunaan di uji coba untuk mengukur variable keputusan bertransaksi. Instrument tersebut dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 3. 2 Kisi-kisi instrumen kemudahan penggunaan

Dimensi	Indikator	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Easy to learn</i> (Mudah untuk dipelajari)	<i>learning to use the mobile payment is easy for me</i> (belajar dalam menggunakan aplikasi pembayaran	<ul style="list-style-type: none"> Belajar menggunakan ShopeePay untuk melakukan pembayaran online itu 	Indarsin & Ali (2017: 996) Singh & Srivastava

	digital itu tidak sulit bagi saya).	tidak sulit bagi saya. <ul style="list-style-type: none"> Menurut saya mempelajari aplikasi ShopeePay adalah hal yang mudah. 	(2017: 30) Kim et al. (2010: 12)
<i>Controllable</i> (Dapat dikendalikan)	<i>After using mobile wallet, banking become easier to me</i> (setelah menggunakan pembayaran dompet digital urusan keuangan saya menjadi lebih mudah).	<ul style="list-style-type: none"> Setelah menggunakan ShopeePay semua urusan keuangan dan belanja online menjadi lebih mudah. Setelah menggunakan ShopeePay masalah pembayaran dalam belanja online dapat terkendali 	
<i>Clear and Understandable</i> (Jelas dan mudah untuk	<i>my interaction with mobile payment procedure would</i>	<ul style="list-style-type: none"> Pengalaman saya dalam menggunakan ShopeePay 	

dipahami)	<i>be clear and understandable</i> (pengalaman interaksi saya dengan prosedur dalam pembayaran digital itu jelas dan mudah dipahami).	prosedur pembayarannya itu jelas dan sangat mudah dipahami <ul style="list-style-type: none"> • Menurut saya layanan dari ShopeePay sangat mudah dipahami. 	
<i>Flexible</i> (Fleksibel)	<i>I would find a mobile payment procedure to be flexible to interact</i> (saya menggunakan prosedur pembayaran digital itu supaya lebih fleksibel dalam beraktifitas).	<ul style="list-style-type: none"> • Saya menggunakan ShopeePay agar lebih flexible dan leluasa dalam melakukan pembayaran dimanapun dan kapanpun. • ShopeePay membantu transaksi keuangan saya menjadi lebih mudah dan efektif. 	
<i>Easy to become</i>	<i>it would be easy</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Saya tidak 	

<p><i>skillful</i> (Menjadi terampil dengan mudah)</p>	<p><i>for me to become skillful at using the mobile payment</i> (bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital itu sangat mudah).</p>	<p>butuh waktu yang lama untuk menjadi terampil dalam menggunakan aplikasi ShopeePay.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saya tidak memerlukan bantuan orang lain untuk mengajarkan saya menggunakan aplikasi ShopeePay. 	
<p>Ease of use (Mudah untuk digunakan)</p>	<p><i>i would find the mobile payment ease of use</i> (saya merasa jika pembayaran digital itu sangat mudah untuk digunakan).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Saya merasa jika pembayaran ShopeePay itu sangat mudah untuk digunakan. • Aplikasi ShopeePay sangat <i>user friendly</i> dan 	

		mudah untuk digunakan	
--	--	-----------------------	--

Sumber: data diolah oleh peneliti

3.4.3. Keputusan Bertransaksi (Y)

Defenisi Konseptual

Keputusan pembelian merupakan tahapan-tahapan yang dilewati oleh konsumen sebelum membuat suatu pilihan diantara dua atau lebih pilihan lain, membeli atau tidak membeli terhadap suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya yang dipengaruhi oleh faktor dari luar ataupun dari dalam diri mereka sendiri.

Defenisi Oprasional

Terdapat empat dimensi yang bisa digunakan untuk mengukur variabel keputusan bertransaksi. Dimensi pertama yaitu, *Problem Recognition* (Pengenalan Masalah) dengan indikator rangsangan internal dan eksternal atau pengaruh dari diri sendiri atau dari luar dirinya. Dimensi yang kedua, *Information Search* (Pencarian Informasi) dengan indikator sumber pribadi seperti keluarga atau teman. Kemudian periklanan, sistus we, media masa, dan internet, kemudian pengalaman pernah menggunakan. Dimensi yang ketiga, *Evaluation of Alternatives* (Evaluasi Alternatif) dengan indikator menilai beberapa alternatif produk lain dan sub indikator memilih di antara dua atau lebih alternatif jasa. Dimensi

keempat, *Purchase decision* (Keputusan Pembelian) dengan indikator sikap dan sub indikator membeli jasa yang paling disukai.

Kisi-kisi Instrumen

Tabel 3. 3 Kisi-kisi instrumen keputusan bertransaksi

Dimensi	Indikator	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Problem Recognition</i> (Pengenalan Masalah)	Rangsangan Internal	<ul style="list-style-type: none"> • Saya menggunakan aplikasi ShopeePay agar dapat memudahkan saya ketika bertransaksi atau berbelanja online • Saya menggunakan ShopeePay karena sesuai dengan kebutuhan saya 	Kotler & Keller, (2012)
	Rangsangan Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> • Saya menggunakan ShopeePay karena terpengaruh dari orang lain, teman atau keluarga. • Saya menggunakan 	

		ShopeePay karena banyak sekali promo-promo yang diberikan	
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	<ul style="list-style-type: none"> • Sebelum saya menggunakan ShopeePay saya mencari informasi terlebih dahulu mengenai produk serupa. • Saya mencari informasi mengenai ShopeePay melalui internet • Saya mendapati informasi mengenai ShopeePay dari keluarga 	
	Sumber Komersial	<ul style="list-style-type: none"> • Saya mendapati informasi mengenai ShopeePay dari iklan 	
Evaluasi Alternatif	Menilai beberapa alternatif	<ul style="list-style-type: none"> • Saya lebih memilih untuk menggunakan 	

	yang ada	<p>ShopeePay ketimbang produk dompet digital lainnya.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saya mempertimbangkan kemudahan yang diberikan ShopeePay sebelum menggunakannya. 	
Keputusan Pembelian	Sikap	<ul style="list-style-type: none"> • Saya menggunakan aplikasi pembayaran digital ShopeePay karena saya menyukainya. • Saya menggunakan ShopeePay karena banyak kemudahan yang diberikan. • Saya menggunakan ShopeePay karena banyaknya promo-promo 	

		menarik.	
--	--	----------	--

Sumber: Data diolah oleh peneliti

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan bermacam cara. Dilihat dari caranya, teknik pengumpulan data bisa dilakukan dengan mewawancarai narasumber (interview), memberikan kuesioner dan observasi. Dalam hal ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner online.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya (Sugiyono, 2013). Peneliti menggunakan teknik ini bertujuan agar dapat mengukur pengaruh variabel bebas dan variabel terikat.

3.6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, urutannya dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

3.6.1. Uji Validitas

Peneliti melakukan uji validitas dengan tujuan mengukur ketersesuaian suatu instrument pengukuran dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Uji validitas adalah sebuah tolak ukur yang menunjukkan tingkat ketersesuaian dan kesalahan pada suatu instrument (Arwin et al., 2020).

Uji validitas dilakukan dengan cara membedakan nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan 5%. Batas minimum instrumen dikatakan valid yaitu sebesar 0,361. Item bisa dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa butir kisi-kisi instrumen tidak valid atau drop. Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan IBM SPSS 22.0

a. Uji Validitas Instrumen Keputusan Bertransaksi (Y)

Tabel 3.4 adalah hasil uji coba instrumen penelitian variabel Y. Data diuji coba terhadap 30 orang responden dengan nilai r_{tabel} 0,361.

Butir kisi-kisi instrumen dikatakan valid jika mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3. 4 Tabel Uji Validitas Keputusan Bertransaksi

No Butir	r_{hitung}	$r_{tabel} (df=n-1)$	Validitas
1	0,550	0,361	Valid
2	0,622	0,361	Valid
3	0,678	0,361	Valid
4	0,611	0,361	Valid
5	0,314	0,361	Drop
6	0,514	0,361	Valid
7	0,554	0,361	Valid
8	0,420	0,361	Valid
9	0,560	0,361	Valid
10	0,630	0,361	Valid
11	0,563	0,361	Valid
12	0,531	0,361	Valid
13	0,529	0,361	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Perhitungan pada tabel 3.4 diatas menunjukan jika butir instrumen 5 mempunyai $r_{hitung} < r_{tabel}$. Artinya adalah, butir instrumen tersebut

dinyatakan tidak valid atau drop. Sehingga butir instrumen tersebut tidak digunakan dalam instrumen penelitian akhir.

b. Uji Validitas Instrumen Promosi (X1)

Tabel 3.5 adalah hasil uji coba instrumen penelitian variabel X1.

Data diuji coba terhadap 30 orang responden dengan nilai r_{tabel} 0,361.

Butir kisi-kisi instrumen dikatakan valid jika mempunyai nilai $r_{hitung} >$

r_{tabel} .

Tabel 3. 5 Tabel Uji Validitas Promosi

No Butir	r_{hitung}	$r_{tabel} (df=n-1)$	Validitas
1	0,405	0,361	Valid
2	0,577	0,361	Valid
3	0,664	0,361	Valid
4	0,630	0,361	Valid
5	0,845	0,361	Valid
6	0,804	0,361	Valid
7	0,686	0,361	Valid
8	0,280	0,361	Drop

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Perhitungan pada tabel 3.5 diatas menunjukan jika butir instrumen 8 mempunyai $r_{hitung} < r_{tabel}$. Artinya adalah, butir instrumen tersebut dinyatakan tidak valid atau drop. Sehingga butir instrumen tersebut tidak digunakan dalam instrumen penelitian akhir.

c. Uji Validitas Instrumen Kemudahan Penggunaan (X2)

Tabel 3.6 adalah hasil uji coba instrumen penelitian variabel X2.

Data diuji coba terhadap 30 orang responden dengan nilai r_{tabel} 0,361.

Butir kisi-kisi instrumen dikatakan valid jika mempunyai nilai $r_{hitung} >$

r_{tabel} .

Tabel 3. 6 Tabel Uji Validitas Kemudahan Penggunaan

No Butir	r_{hitung}	$r_{tabel} (df=n-1)$	Validitas
1	0,723	0,361	Valid
2	0,626	0,361	Valid
3	0,839	0,361	Valid
4	0,814	0,361	Valid
5	0,766	0,361	Valid
6	0,419	0,361	Valid
7	0,648	0,361	Valid
8	0,821	0,361	Valid
9	0,761	0,361	Valid
10	0,820	0,361	Valid
11	0,785	0,361	Valid
12	0,494	0,361	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Perhitungan pada tabel 3.6 diatas menunjukan jika keseluruhan dari butir instrumen penelitian mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Artinya adalah, seluruh butir instrumen tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan pada instrumen penelitian akhir.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat uji yang digunakan sebagai tolak ukur untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Uji reliabilitas dipergunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data menunjukkan adanya ketepatan, keakuratan, kestabilan serta konsistensi dalam mengungkapkan masalah tertentu (Arwin et al., 2020).

Untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini, peneliti menggunakan *software* IBM SPSS 22.0. Dengan menggunakan teknik

cronbach's alpha (α) yang menyatakan suatu kuisioner reliabel apabila mempunyai nilai *alpha* diatas 0,6. Apabila nilai reliabilitasnya dibawah 0,6 maka kurang baik. Sedangkan apabila 0,7 dapat diterima, dan 0,8 artinya adalah baik. Rumus *cronbach's alpha* (α) ditulis sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

r = Reliabilitas instrument

k = Jumlah butir pertanyaan (yang valid)

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah butir varian

σt^2 = Varians total

Tabel 3. 7 Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Promosi	0,684
Kemudahan Penggunaan	0,910
Keputusan Bertransaksi	0,775

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Perhitungan pada tabel 3.7 di atas menunjukkan jika nilai *Cronbach's Alpha* dari setiap variabel diatas 0,6. Suatu instrumen penelitian dianggap reliabel apabila mempunyai nilai *alpha* di atas 0,6. Sehingga, instrumen penelitian dapat menyajikan hasil data yang konsisten jika pengukurannya dilakukan secara berulang kali.

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menentukan rumus yang akan dipergunakan dalam pengujian hipotesis serta untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi secara normal atau tidak (Arwin et al., 2020). Peneliti dapat mengetahui apakah penyebaran distribusi terjadi secara normal atau tidak di dalam model yang digunakan adalah dengan uji *Kolmogrov Smirnov* (Ghozali, 2018) Kriteria pengambilan keputusan dengan uji statistik Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal.
2. Jika signifikansi $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas regresi digunakan untuk mengetahui apakah model penelitian yang diteliti memiliki hubungan yang lurus atau linier secara signifikan atau tidak (Duli, 2019). Pengujian linieritas dapat dilakukan melalui *Test of Linierity* pada taraf signifikan 0,05. Variabel dapat dikatakan memiliki hubungan yang linier bila signifikan lebih dari 0,05 (Kadir & Djaali, 2015). Kriteria pengujian menggunakan rumus sebagai berikut:

1. Jika signifikansi *deviation from linearity* $> 0,05$ artinya terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan terikat.

2. Jika signifikansi *deviation from linearity* $< 0,05$ artinya tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan terikat.

3.6.4. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui hubungan garis lurus antar variabel independen dengan variabel dependen melalui sebuah persamaan (Ghozali, 2018). Persamaan regresi linear sederhana untuk mengukur variabel X terhadap variabel Y yaitu sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

- \hat{Y} = Variabel terikat
 X = Variabel bebas pertama
 a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)
 b = Koefisien regresi variabel bebas

3.6.5. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t disebut juga dengan uji parsial. Menurut Eriyanto (2011) mengemukakan jika uji statistik t pada hakikatnya memperlihatkan seberapa jauh pengaruh antar variabel penjelas/*independen* secara individual dalam menjelaskan variasi variabel *dependen*.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak di uji ialah apakah suatu parameter (bi) pada model sama dengan nol, yang dapat diartikan apakah

semua variabel *independen* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap *dependen*, atau:

1. $H_0 : \beta_1 \ \& \ \beta_2 = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y)
2. $H_a : \beta_1 \ \& \ \beta_2 \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y)

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis yang digunakan sebagai berikut:

1. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$.
2. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$.

3.6.6. Analisis Koefisien Korelasi Pearson

Menurut Karl Pearson dalam (Riduwan, 2011), korelasi pearson berfungsi untuk mengukur kekuatan hubungan linier antara variabel X dan variabel Y. Analisis korelasi pearson ini dilakukan dengan menggunakan software IBM SPSS versi 22.

Dasar pengambilan keputusan menggunakan korelasi pearson ialah sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan data berkorelasi.

- b) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat disimpulkan data tidak berkorelasi.

3.6.7. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan hubungan maupun pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Jika nilai mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2018). Peneliti menggunakan SPSS 22 untuk menghitung koefisien determinasi.