

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat, Waktu dan Objek Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan secara daring dengan melibatkan mahasiswa aktif yang berada di Indonesia yang pernah menggunakan aplikasi Cicil.id. Penelitian akan dilaksanakan pada bulan Januari 2022. Penelitian ini dilaksanakan secara bertahap diambil dengan pengajuan proposal, konsultasi dan pembuatan kuesioner serta pengolahan data penyusunan skripsi.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana sumber data yang digunakan berupa angka-angka dan pengolahannya menggunakan analisis statistik. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif. Penelitian ini mencoba menjelaskan dan menjabarkan kondisi setiap variabel serta melihat hubungan antar variabel-variabel tersebut. Dalam penelitian ini, sebagai variabel independen adalah promosi dan kualitas layanan, sedangkan variabel dependennya adalah niat beli. Untuk variabel mediatornya adalah kepercayaan. Metode kuantitatif adalah metodologi penelitian yang berusaha untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Malhotra, 2010). Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu metode survei. Metode survei adalah metode penyebaran kuesioner yang telah terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik.

Penelitian ini menggunakan jenis model penelitian deskriptif-kausal. Desain penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan deskripsi dari variabel bebas dan variabel terikat, sedangkan desain penelitian kausal ialah desain penelitian yang meneliti adanya hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel (Malhotra, 2010). Variabel-variabel yang akan dilihat hubungannya pada penelitian ini adalah *promotion, service quality trust, purchase intention*.

C. Metode Penentuan Populasi dan Sampel

a. Populasi

Untuk mendapatkan data-data yang relevan dan valid maka diadakan penarikan sampel dari suatu populasi yang hendak diteliti. Menurut **Malhotra (2010)**, Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan. Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa/i yang pernah menggunakan aplikasi fintech Cicil.co.id.

b. Sampel

Definisi dari sampel menurut **Siyoto dan Sodik (2015)** merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah model *purposive sampling*. Menurut **Malhotra (2010)**, sampel merupakan subkelompok bagian daripada elemen populasi yang berpartisipasi di dalam riset penelitian. Penelitian ini sendiri menggunakan sampel sebanyak minimal 200 responden, alasan peneliti menetapkan sampel tersebut mengacu pada teori Roscoe dalam menentukan sampel yang menyebutkan ukuran yang layak dalam dalam suatu sampel penelitian dengan ukuran antara 30 sampai dengan 500 responden. Alasan lain peneliti menetapkan sampel sebanyak 200 responden karena alat penelitian yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling (SEM)*, dimana penelitian ini harus memiliki minimal 200 responden.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan data, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut, kesimpulan yang dipelajari dari sampel tersebut akan dapat diberlakukan untuk populasi. Teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah teknik non-probability sampling. "*Nonprobability sampling is a sampling techniques that do not me chance selection procedures. Rather, they rely on the personal judgment of the researcher*", artinya non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak menggunakan prosedur seleksi kesempatan. Sebaliknya, mereka bergantung pada penilaian pribadi peneliti. Teknik sampling yang digunakan

adalah purposive sampling. Purposive sampling adalah peneliti memperoleh informasi dari mereka yang paling siap dan memenuhi beberapa kriteria yang dibutuhkan sehingga dapat memberikan informasi yang diinginkan. Berikut acuan umum untuk menirukan ukuran sampel:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
3. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10 kali lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.

Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eskperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.

Oleh karena teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, maka pada kuesioner peneliti menanyakan terlebih dahulu apakah responden adalah konsumen Cici.co.id dari kalangan Mahasiswa di Pulau Jawa dan Sumatera. Berdasarkan pada teori Roscoe tersebut lebih tepatnya mengacu pada teori Roscoe nomor satu, maka peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 200 orang responden, karena angka 200 sudah cukup untuk menjadi sampel penelitian ini dan telah memenuhi syarat jumlah sampel pada analisis SEM.

Merujuk dari uraian diatas, Apabila jumlah sampel yang sesuai dengan karakteristik tidak diketahui, menurut **Hair (2014)** merekomendasikan jumlah sampel minimal adalah 5 kali jumlah item pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner. Dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel bebas, 1 variabel terikat, 1 variabel intervening. Total pertanyaan dalam penelitian adalah 35 pertanyaan, sehingga minimal ukuran sampel dalam penelitian adalah :

$$35 \times 5 = 175$$

Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 175 responden, namun besarnya sampel yang ditetapkan adalah minimal 200 responden untuk mengurangi kesalahan.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang berasal dari sumber data yang langsung atau khusus memberikan data kepada pengumpul data untuk mengatasi masalah penelitian (Malhotra, 2010). Data ini didapat dari sumber pertama sebagai contoh hasil dari pengisian kuesioner oleh responden. Kuisisioner dibuat menggunakan *Google Form* dan link kuisisioner akan disebar ke beberapa aplikasi seperti LINE, Whatsapp, dan Instagram.

E. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

1) Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel terikat yang mengukur pengaruh variabel independen atau variabel bebas terhadap unit uji (Malhotra, 2010). Variabel dependen pada penelitian ini adalah niat beli (Z), dimana niat beli akan ditentukan oleh kepercayaan.

2) Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel bebas yang dapat dimanipulasi oleh peneliti, artinya peneliti dapat merubah variabel bebas tersebut melalui tingkatannya dan dapat diukur perbandingannya (Malhotra, 2010). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Promosi (X1) dan Kualitas Layanan (X2).

3) Variabel Intervening

Variabel intervening merupakan variabel diantara variabel bebas dan variabel terikat yang menjembatani variabel independen dan variabel dependen sehingga variabel

independen tidak langsung mempengaruhi terhadap variabel dependen. Variabel intervening pada penelitian ini adalah Kepercayaan (Y).

Dari masing-masing variabel independen, dependen dan intervening terdapat indikator yang dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 – Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Sumber
Promosi (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Customer Cicil.co.id mendapatkan informasi melalui media sosial 2) Frekuensi iklan Cicil.co.id sering dilakukan pada media sosial 3) Cicil.co.id memberikan hadiah kepada konsumen 4) Cicil.co.id memberikan potongan harga atau cashback kepada konsumen 5) Brand Ambassador Cicil.co.id meyakinkan konsumen untuk membeli produk 6) Brand Ambassador Cicil.co.id meyakinkan konsumen dengan kualitas yang dipunya 7) Cicil.co.id melakukan penawaran melalui aplikasi <i>whatsapp</i> 8) Cicil.co.id melakukan promosi pada aplikasi instagram cukup menarik 9) Konsumen mengetahui Cicil.co.id dari mulut ke mulut 10) Konsumen mengetahui Cicil.co.id dari Brand Ambassador 	(Wijaya, 2013)
Kualitas Layanan (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Situs Cicil.co.id di desain dengan baik dan menarik secara visual 2) Situs/ aplikasi Cicil.co.id menjalankan permintaan konsumen secara akurat 3) Petugas Cicil.co.id melakukan pencairan sesuai dengan waktu yang dijanjikan 4) Petugas Cicil.co.id sangat kompeten sehingga tidak pernah membuat kesalahan saat bertransaksi 5) Saya merasakan kenyamanan saat bertransaksi pada aplikasi Cicil.co.id 6) Cicil.co.id melindungi informasi pribadi pelanggan 7) Cicil.co.id menangani keluhan saya dengan cepat dan tanggap 8) Cicil.co.id mengingatkan saya sebelum jadwal 	(Saghier & Nathan, 2013)

	<p>pembayaran agar saya tidak terlambat</p> <p>9) Cicil.co.id mengirimkan pemberitahuan konfirmasi pembayaran</p> <p>10) Brand Ambassador dan petugas yang ada di Cicil.co.id sangat ramah</p>	
Kepercayaan (Y)	<p>1) Saya percaya dalam bertransaksi menggunakan Cicil.co.id tidak akan menimbulkan kekhawatiran bagi saya nantinya</p> <p>2) Saya yakin pada kemampuan Cicil.co.id untuk melindungi privasi saya</p> <p>3) Saya yakin uang yang tersimpan pada aplikasi Cicil.co.id terjamin dari hacker</p> <p>4) Saya percaya produk yang saya pesan pada aplikasi Cicil.co.id sesuai dengan harapan</p> <p>5) Layanan Cicil.co.id memenuhi layanan yang dijanjikan (mudah, aman, cepat)</p> <p>6) Cicil.co.id dapat dipercaya dalam membuat janji yang dibuat</p> <p>7) Secara keseluruhan saya puas melakukan transaksi dengan Cicil.co.id</p>	(Zulfa & Hidayati, 2018)
Niat Beli (Z)	<p>1) Saya merasakan ada manfaat jika saya bertransaksi di Cicil.co.id</p> <p>2) Saya tertarik dengan adanya Cicil.co.id sebagai inovasi baru dalam industri keuangan</p> <p>3) Saya memilih aplikasi Cicil.co.id karena lebih praktis</p> <p>4) Saya tertarik meminjam pinjaman online di Cicil.co.id karena persyaratan yang diajukan sangat mudah</p> <p>5) Saya tertarik meminjam pinjaman online pada aplikasi Cicil.co.id karena proses peminjaman yang cepat</p> <p>6) Saya akan merekomendasikan Cicil.co.id kepada teman teman saya</p> <p>7) Saya akan tetap melakukan transaksi di Cicil.co.id walaupun mengalami kendala.</p>	(Nafilah et al., 2015)

F. Skala Pengukuran

Menurut Sugiono (2017) Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert. Menurut Sugiyono (2017) skala likert berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok

orang tentang fenomena sosial”. “Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist atau pilihan ganda (Sugiono, 2017). Penelitian ini menggunakan skala likert ganjil, peneliti menggunakan skala likert dengan memberikan skor 1 sampai 5 seperti yang terlihat pada tabel III.2

Tabel 3.2 - Pengukuran Skala Likert

Kriteria Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

G. Teknik Analisis Data

Tujuan metode analisis data dilakukan untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22 dan SEM (Structural Equation Model) dari paket statistik LISREL versi 8.8 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Alasan peneliti memilih aplikasi LISREL adalah karena salah satu kelebihan yang dimiliki oleh software LISREL adalah kemampuannya mengidentifikasi hubungan antara variabel yang kompleks. Penggunaan SEM dipilih sebab dinilai lebih akurat dan kita tidak hanya dapat mengetahui hubungan kausalitas antar variabel atau konstruk, lebih dari itu kita dapat mengetahui komponen komponen pembentuk variabel atau konstruk tersebut dan mengetahui besarnya. Alasan peneliti memilih SPSS untuk mengolah data karena SPSS mampu mengakses data dari berbagai jenis format yang ada, tampilan yang diberikan informatif, informasi yang diberikan lebih akurat, dan mudah digunakan.

a) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan setiap jawaban responden berdasarkan kuesioner yang telah dibuat peneliti. Pendekatan teknik analisis deskriptif dalam hal ini antara lain berupa penyajian melalui tabel atau grafik. Perhitungan data dengan menggunakan frekuensi serta persentase.

b) Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas digunakan dalam penelitian ini untuk memvalidasi kelayakan pertanyaan-pertanyaan yang mendefinisikan suatu variabel yang diuji. Validitas merupakan instrumen dalam kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur perbedaan karakteristik objek, bukan kesalahan sistematis. Sehingga indikator-indikator tersebut dapat mencerminkan karakteristik dari variabel yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas bertujuan untuk mengonfirmasi korelasi yang signifikan antara korelasi antar variabel. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan uji Pearson. Nilai Pearson akan dianggap valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Maka pernyataan dianggap valid. Dan begitu juga sebaliknya, apabila nilai r hitung lebih kecil dari r tabel maka tidak valid. Sedangkan reliabilitas adalah alat untuk mengukur tingkat kehandalan suatu kuesioner yang menggambarkan indikator dari variabel. Uji reliabilitas adalah suatu pendekatan yang dilakukan untuk mengukur keandalan di mana responden termasuk dalam cakupan skala yang sama pada dua waktu yang berbeda, dengan kondisi yang dianggap sama. Sebuah kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila instrumen-instrumen yang ada tetap konsisten atau stabil pada hasil yang relatif sama meskipun pengukuran tersebut diulang kembali. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 dapat dikatakan kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan 0,8 dapat dikatakan baik. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha. Cronbach's Alpha menunjukkan seberapa baik item-item yang ada saling berkorelasi secara positif satu sama lain.

c) Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Dalam penelitian ini menggunakan SEM untuk pengukuran uji pengaruh langsung dan tidak langsung dengan bantuan program Lisrel 8.8 sebab dengan menggunakan Lisrel bisa dilihat juga besaran dalam komponen yang terlibat, bukan hanya tentang pengaruh hubungan langsung melainkan juga pengaruh tidak langsung. SEM yang merupakan teknik analisis multivariat generasi kedua, yang menggabungkan model pengukuran dengan model struktural. Penggunaan SEM dipilih karena membuat informasi yang ditampilkan menjadi lebih akurat serta memberikan lebih banyak informasi. Cara menghitung pengaruh langsung dan tidak langsung menggunakan SEM yakni dengan cara membandingkan koefisien pengaruh langsung dengan koefisien pengaruh tidak

langsung, yang kemudian dapat dilihat hipotesis yang digunakan signifikan atau tidak, sehingga bisa diketahui peran mediating variabel. Apakah peran mediating lebih besar atau hubungan langsung yang lebih besar. Sehingga pada implikasi managerial bisa direkomendasikan peran mediating diperlukan atau tidak. Secara spesifik SEM dipilih sebagai teknik analisis karena :

1. Dapat membangun model penelitian yang banyak
2. Mampu menjelaskan keterkaitan variabel secara kompleks dan efek langsung maupun tidak langsung sari satu atau beberapa variabel terhadap variabel lainnya.
3. Dapat mengkonfirmasi teori sesuai dengan data penelitian

d) **Kesesuaian Model**

Ada beberapa langkah untuk menguji apakah model SEM layak atau tidak. Pertama, adalah dengan menguji ada atau tidaknya nilai taksiran yang rusak. Nilai yang rusak bisa terjadi pada bagian model struktural atau pada model pengukuran. Langkah berikutnya adalah melakukan uji kecocokan berdasarkan fit indices. Fit Indices pada SEM terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. *Absolute Fit Measures.*
2. *Incremental Fit Measures.*
3. *Parsimonious Fit Measures.*

Absolute Fit Measures merupakan ukuran kecocokan yang menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matrik korelasi dan kovarian. Alat ukur pada Absolute Fit Measures yaitu :

- i. **Uji Chi Square** merupakan ukuran untuk mengevaluasi fit-nya model secara keseluruhan dan menilai besarnya perbedaan antara sampel dan matriks kovarians. Model dikatakan perfect fit apabila nilai chi square sama dengan nol.
- ii. **Goodness of Fit Index (GFI)** menunjukkan tingkat ketepatan suatu model dalam menghasilkan matriks kovarian yang teramati. Model dianggap fit apabila nilai $GFI \geq 0,9$.

- iii. **Root Mean Square Residual (RMSR)** adalah rata-rata residual antara matriks kovarians /korelasi yang teramati dengan hasil estimasi. Model dianggap good fit apabila nilai RMSR kurang dari 0,05 ($\text{RMSR} < 0,05$).
- iv. **Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)** mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan matriks kovarians populasinya. Suatu model dikatakan close fit apabila memiliki nilai RMSEA kurang dari atau sama dengan 0,05 dan suatu model dikatakan good fit apabila memiliki nilai RMSEA, $0,05 \leq \text{RMSEA} \leq 0,08$.

Incremental Fit Measures merupakan ukuran kecocokan yang bersifat relatif, digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti. Alat ukur *Incremental Fit Measures* yang digunakan adalah :

- i. **Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)**, merupakan modifikasi dari GFI untuk degree of freedom (df) dalam model. Suatu model dikatakan good fit apabila memiliki AGFI lebih besar atau sama dengan 0,9 ($\text{AGFI} \geq 0,9$) dan dikatakan marginal fit jika ($0,8 \leq \text{AGFI} \leq 0,9$).
- ii. **Tucker Lewis Index (TLI)**, dikenal juga sebagai Non Normed Fit Index (NNFI), digunakan sebagai sarana untuk mengevaluasi analisis faktor yang kemudian diperluas untuk SEM. Nilai TLI berkisar di antara 0 sampai 1. Sebuah model dikatakan good fit apabila memiliki nilai $\text{TLI} \geq 0,9$, dan dikatakan marginal fit apabila memiliki nilai $\text{TLI} (0,8 \leq \text{TLI} \leq 0,9)$.
- iii. **Comparative Fit Index (CFI)**, merupakan bentuk revisi dari NFI yang memperhitungkan ukuran sampel yang dapat menguji dengan baik, bahkan ketika ukuran sampel kecil. Nilai CFI berkisar di antara 0 sampai 1. Suatu model dikatakan good fit apabila memiliki nilai CFI lebih besar atau sama dengan 0,9 ($\text{CFI} \geq 0,9$) dan dikatakan marginal fit apabila ($0,8 \leq \text{CFI} \leq 0,9$)

Tabel 3.2 - Goodness of Fit Indices

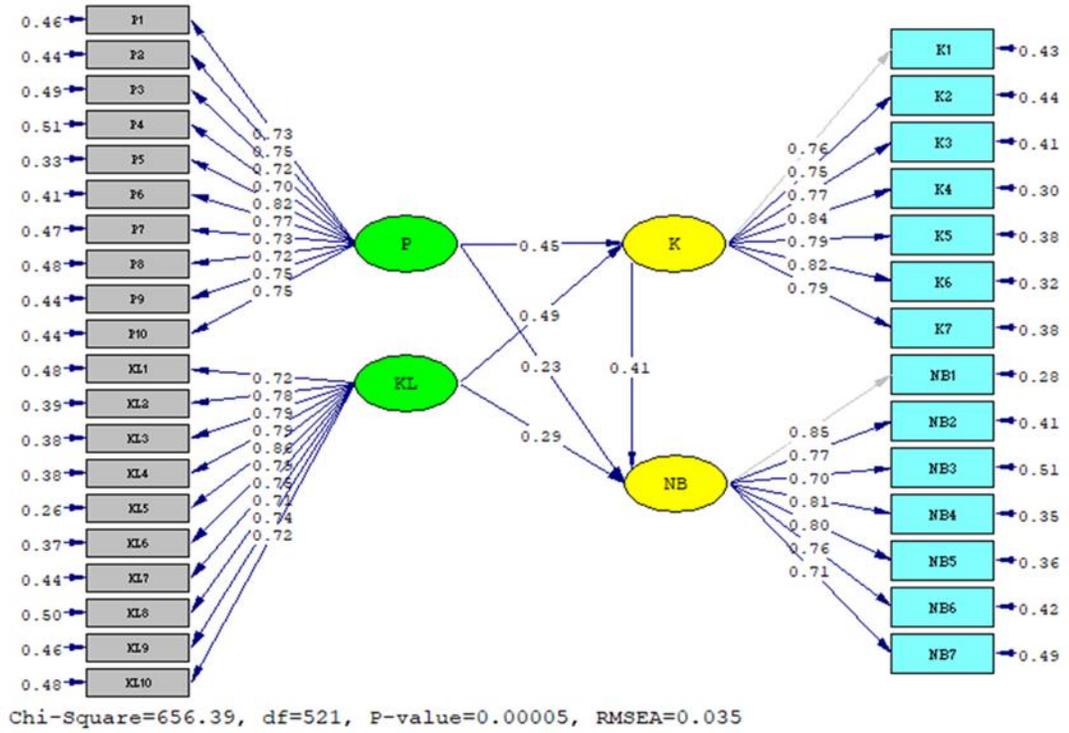
<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-off Value</i>
Chi Square	Semakin kecil semakin baik
GFI	$\geq 0,90$
RMSR	$< 0,05$
RMSEA	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$
AGFI	$\geq 0,90$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber : (Sarwono & Jonathan, 2010)

e) Pengujian Hipotesis

Dalam menguji hipotesis mengenai hubungan kausalitas antar variabel yang dikembangkan pada penelitian ini, perlu dilakukan pengujian hipotesis. Hasil uji hipotesis hubungan antara variabel ditunjukkan dari nilai *standardized total effects* dimana hasil dari analisis data akan mengetahui seberapa besar pengaruh atau hubungan antar variabel. Uji t merupakan suatu uji untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap variabel dependen yang lain konstan. Kriteria pengujian dengan memperhatikan t-values antar variabel yang dibandingkan dengan nilai kritisnya (t-tabel). Nilai kritis untuk ukuran sampel besar ($n > 30$) dengan taraf $\alpha = 0.05$ yaitu sebesar 1.96. Hubungan variabel yang memiliki t-values > 1.96 dapat dikatakan signifikan. Hasil dari uji menunjukkan apabila probabilitas signifikan kurang dari 5 %, maka hipotesis *alternative* diterima. Sedangkan apabila probabilitas signifikan lebih dari 5 %, maka hipotesis *alternative* ditolak.

f) Model SEM



Gambar 3.1 – Model SEM