

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Responden penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta beralamat di Kampus A UNJ, Jalan Rawamangun Muka, RT.10/RW 13, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13120. Dengan menggunakan Google Forms, penelitian dilakukan secara *online*. Seperti yang diungkapkan para peneliti, penelitian dilakukan antara Januari 2024 hingga Mei 2024. Peneliti memilih tempat penelitian di Fakultas Ekonomi atau lebih tepatnya di Prodi Pendidikan Bisnis dikarenakan di Prodi Pendidikan Bisnis terdapatnya mata kuliah bisnis digital dan manajemen pemasaran yang bermateri layanan perbankan sehingga sesuai dengan masalah yang diteliti oleh para peneliti yang berkaitan dengan persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan fitur layanan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

3.2. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Menurut Ramdhan (2021) pendekatan kuantitatif adalah teknik yang digunakan untuk menilai dan memutuskan hipotesis dengan melihat populasi, sampel, dan data statistik tertentu.

3.3. Populasi dan Sampel

Menurut Ramdhan (2021) populasi adalah tempat atau komponen untuk generalisasi berupa objek-objek dengan ciri-ciri tertentu yang telah dipilih peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya. Mahasiswa di

Universitas Negeri Jakarta menjadi pilihan peneliti untuk dijadikan sebagai populasi penelitian ini.

Kemudian, sampel ialah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu (Ramdhan, 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta pada angkatan 2018 sampai 2022 yang terdiri dari program studi Pendidikan Bisnis yang mana jumlah populasi 400 mahasiswa. Sedangkan untuk populasi terjangkau dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 pendidikan bisnis angkatan 2018 sampai 2022 yang berjumlah 255 mahasiswa. Berdasarkan populasi tersebut peneliti menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel, dengan derajat kepercayaan 95% dan taraf kesalahan 5 %, sehingga peneliti dapat menentukan batas minimal sampel yang dapat memenuhi syarat *margin of error* 5%, dengan memasukan *margin error* tersebut ke dalam rumus slovin berikut ini

$$\text{Rumus slovin : } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = *margin of error*

$$\text{Perhitungan jumlah sampel } n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{255}{1+207 \times 0,05^2} = 156$$

Maka dari hasil penghitungan sampel di atas menggunakan rumus slovin maka didapatkan jumlah sampel pada penelitian ini adalah 156 .

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non probability*. Oleh karena itu, peneliti memilih ukuran sampel sebanyak 156 partisipan. Dengan menggunakan *non probability*, yang memenuhi persyaratan sebagai berikut::

1. Mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta
2. Berusia minimal 18 tahun

3.4. Pengembangan Instrumen

Penelitian ini akan menguji empat variabel yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, fitur layanan, dan minat menggunakan *mobile banking*.

1) Persepsi Kemudahan Pengguna

a. Definisi Konseptual

Persepsi kemudahan merupakan kepercayaan seseorang akan suatu informasi ataupun teknologi, yang mana jika individu merasa teknologi atau informasi tersebut mudah untuk dipahami dan digunakan, maka ia akan menggunakannya secara berkelanjutan.

b. Definisi Operasional

Variabel persepsi kemudahan dalam penelitian ini akan diukur dengan empat indikator yakni mudah dipahami dan dipelajari, mudah untuk digunakan, meningkatkan keterampilan, dan memudahkan pekerjaan sesuai kebutuhan. Pengukuran dengan skala *Likert*, 1 = sangat tidak setuju; 2 = tidak setuju; 3 = ragu-ragu; 4 = setuju; 5 = sangat setuju (Pranatawijaya et al., 2019).

Tabel 3. 1 Instrumen Persepsi Kemudahan Pengguna

Indikator	Instrumen Asli	Instrumen Adaptasi	Sumber
Mudah dipahami dan dipelajari	<i>Learning to use IoT products and applications is clear and easy for me</i>	Belajar menggunakan <i>mobile banking</i> , jelas dan mudah bagi saya	(Tsourela & Nerantzaki, 2020)
Mudah untuk digunakan	<i>Using Google Meet is easy.</i>	Menurut saya, menggunakan <i>mobile banking</i> itu mudah dan dapat dipahami	
	<i>Using IoT products and applications does not require a lot of mental/physical effort.</i>	Menurut saya, menggunakan <i>mobile banking</i> itu tidak memerlukan banyak upaya mental/fisik	(Foroughi et al., 2019; Tsourela & Nerantzaki, 2020)
	<i>Overall, I find the use of the internet banking services easy</i>	Secara keseluruhan, saya merasa penggunaan <i>mobile banking</i> itu mudah	
Meningkatkan keterampilan	<i>It is easy for me to become skillful at using bike sharing program</i>	Mudah bagi saya untuk terampil dalam menggunakan <i>mobile banking</i>	(Lu et al., 2019)
Memudahkan pekerjaan sesuai kebutuhan	<i>Using Google Meet makes communication with my teacher easy.</i>	Menurut saya, menggunakan <i>mobile banking</i> dapat memudahkan transaksi	(Qasim et al., 2021b)

Using Google Meet makes my interaction with my classmates more effective and easy.

Menggunakan *mobile banking* membuat proses transaksi saya dan orang lain menjadi lebih efektif dan mudah

Sumber : Data diolah oleh peneliti

2) Persepsi Manfaat

a. Definisi Konseptual

Persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan individu dalam menggunakan suatu teknologi atau hal tertentu yang dinilai dapat memberikan manfaat yang berguna dalam meningkatkan kinerjanya.

b. Definisi Operasional

Variabel persepsi manfaat dalam penelitian ini akan diukur dengan lima indikator yakni bermanfaat, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas, mempercepat pekerjaan, dan meningkatkan kinerja individu. Pengukuran dengan skala *Likert*, 1 = sangat tidak setuju; 2 = tidak setuju; 3 = ragu-ragu; 4 = setuju; 5 = sangat setuju (Pranatawijaya et al., 2019).

Tabel 3. 2 Instrumen Persepsi Manfaat

Indikator	Instrumen Asli	Instrumen Adaptasi	Sumber
Bermanfaat	<i>I find m-banking to be useful for my banking needs</i>	Saya merasakan, <i>mobile banking</i> menyediakan berbagai manfaat bagi saya	(Foroughi et al., 2019; Zhou et al., 2021)

	<i>Using internet banking would improve the quality of the banking transactions performed</i>	Menurut saya, secara keseluruhan <i>mobile banking</i> itu bermanfaat dengan kualitas yang terus meningkat
Meningkatkan efektivitas	<i>Using m-banking enables me to access banking services more quickly</i>	Menurut saya, menggunakan <i>mobile banking</i> membuat transaksi menjadi lebih cepat
Meningkatkan efektivitas	<i>Using m-banking enhances the effectiveness of my banking activities/services</i>	Menurut saya, menggunakan <i>mobile banking</i> dapat meningkatkan sebuah efektivitas transaksi
Mempercepat pekerjaan	<i>Using this app to shop online would help me to shop more quickly</i>	Menggunakan <i>mobile banking</i> , membuat saya dapat menyelesaikan beberapa transaksi dengan cepat
Meningkatkan kinerja individu	<i>Using m-banking makes it easier to access banking services</i>	Menggunakan <i>mobile banking</i> , membuat transaksi yang saya lakukan menjadi lebih mudah

Sumber : Data diolah oleh peneliti

3) Fitur Layanan

a. Definisi Konseptual

Fitur Layanan adalah ciri khas atas produk yang bertujuan untuk membedakan produknya dengan produk pesaing yang serupa di pasar. Dan dapat menciptakan kepercayaan konsumen atas suatu produk. Sehingga akan menimbulkan rasa puas pada konsumen dan konsumen yang loyal.

b. Definisi Operasional

Variabel fitur layanan dalam penelitian ini akan diukur dengan empat indikator yakni kemudahan akses informasi, keberagaman layanan

transaksi, keberagaman fitur, dan inovasi produk. Pengukuran dengan skala *Likert*, 1 = sangat tidak setuju; 2 = tidak setuju; 3 = ragu-ragu; 4 = setuju; 5 = sangat setuju (Pranatawijaya et al., 2019).

Tabel 3. 3 Instrumen Fitur Layanan

Indikator	Instrumen Asli	Instrumen Adaptasi	Sumber
Kemudahan akses informasi	<i>It is easy to use mobile banking.</i>	Menurut saya, transaksi dalam <i>mobile banking</i> sangat mudah	
Keberagaman layanan transaksi	<i>Online customer service is professional, timely and effective to solve problems</i>	Menurut saya, layanan pelanggan dari <i>mobile banking</i> sangat responsif dan profesional jika terjadi masalah	
	<i>Mobile banking functions can fully meet the needs of daily business.</i>	Fitur dan layanan <i>mobile banking</i> dapat memenuhi semua yang saya butuhkan	
Keberagaman fitur	<i>The mobile banking application has features that are personalized for me</i>	Menurut saya, fitur yang terdapat dalam <i>mobile banking</i> sudah disesuaikan dengan kebutuhan saat ini	(De Leon et al., 2020; Vahdat et al., 2021)
	<i>The mobile banking application understands my specific needs</i>	Menurut saya, menu dan fitur aplikasi <i>mobile banking</i> mudah dipahami	
Inovasi produk	<i>The interface design of mobile banking application is of good appearance.</i>	Saya lebih suka interface design pada aplikasi <i>mobile banking</i> yang mudah dipahami	

Sumber : Data diolah oleh peneliti

4) Minat Menggunakan *Mobile banking*

a. Definisi Konseptual

Minat menggunakan *mobile banking* adalah hasil dari perilaku seseorang ketika akan menggunakan suatu produk atau layanan. Minat menggunakan suatu produk atau layanan dapat timbul ketika seseorang telah mencari informasi mengenai produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Sehingga terjadilah penggunaan suatu produk atau layanan berdasarkan pilihannya setelah sebelumnya melakukan beberapa prediksi atau produk atau layanan tersebut dan menimbulkan rasa puas dalam dirinya.

b. Definisi Operasional

Variabel minat menggunakan *mobile banking* dalam penelitian ini akan diukur dengan tiga indikator yakni berencana menggunakan, berminat menggunakan, dan terus menggunakan dimasa mendatang. Pengukuran dengan skala *Likert*, 1 = sangat tidak setuju; 2 = tidak setuju; 3 = ragu-ragu; 4 = setuju; 5 = sangat setuju. (Pranatawijaya et al., 2019).

Indikator	Instrumen Asli	Instrumen Adaptasi	Sumber
Berencana Menggunakan	<i>I have good experience in using digital payment</i>	Saya memiliki pengalaman yang baik dalam menggunakan <i>mobile banking</i>	(Baabdullah et al., 2019; Foroughi et al., 2019; Shankar & Rishi, 2020)
	<i>I expect that I would use m-banking in the future</i>	Saya berencana <i>mobile banking</i> untuk aktivitas sehari-hari di kemudian hari	
	<i>I intend to use m-banking in the future</i>	Saya akan menggunakan <i>mobile banking</i> untuk memproses transaksi pembayaran setiap hari di masa depan	

Berminat menggunakan	<i>I plan to continue to use Mobile banking frequently</i>	Saya berencana untuk sering menggunakan <i>mobile banking</i>
	<i>I will always try to use Mobile banking in my daily life</i>	Saya akan terus berminat menggunakan <i>mobile banking</i> dalam kehidupan sehari-hari
Terus menggunakan dimasa mendatang	<i>I plan to use m-banking applications in the future.</i>	Saya akan terus menggunakan <i>mobile banking</i>
	<i>I am satisfied with making transactions with digital payments</i>	Saya puas melakukan transaksi dengan <i>mobile banking</i> , sehingga saya akan terus menggunakan dimasa mendatang
	<i>I would recommend using digital payment to others</i>	Saya akan merekomendasikan <i>mobile banking</i> kepada orang lain

Tabel 3. 4 Instrumen Minat Menggunakan *Mobile banking*

Sumber : Data diolah oleh peneliti

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Data primer atau data yang diterima langsung tanpa perantara akan digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya, kuesioner *online* digunakan sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner yang disampaikan melalui Google Form dan sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang telah dibuat oleh peneliti. Kuesioner akan diisi dengan sejumlah instrumen pernyataan yang akan dijadikan sebagai acuan untuk memperoleh data mengenai berbagai variabel, seperti persepsi kemudahan, persepsi manfaat, fitur layanan, dan minat menggunakan *mobile banking*.

3.6 Uji Validitas

Uji validitas merentang sebagai sebuah metode kritis dalam menilai keabsahan sebuah instrumen pengukuran, di mana sebuah kuesioner menjadi subjek inti dari evaluasi. Pada penelitian ini, uji validitas yang digunakan adalah uji validitas *pearson* menggunakan SPSS. Apabila nilai $R_{tabel} < R_{hitung}$ maka indikator dinyatakan valid. Dalam penelitian ini dilakukan uji sebanyak 30 responden. Maka, R_{tabel} pada penelitian adalah 0.361.

Tabel 3. 5 Uji Validitas Persepsi Kemudahan Pengguna

Indikator	Rtabel	Rhitung
X1.1	0.361	0.573
X1.2	0.361	0.425
X1.3	0.361	0.828
X1.4	0.361	0.582
X1.5	0.361	0.461
X1.6	0.361	0.370
X1.7	0.361	0.483
X1.8	0.139	0.551

Pada tabel 3.5 terdapat hasil uji validitas pada variabel persepsi kemudahan dengan nilai R_{hitung} setiap indikator lebih dari nilai R_{tabel} . Maka dapat disimpulkan indikator variable persepsi kemudahan dinyatakan valid.

Tabel 3. 6 Uji Validitas Persepsi Manfaat

Indikator	Rtabel	Rhitung
X2.1	0.361	0.766
X2.2	0.361	0.692

X2.3	0.361	0.725
X2.4	0.361	0.729
X2.5	0.361	0.552
X2.6	0.361	0.522

Pada table 3.6 terdapat hasil uji validitas pada variabel persepsi manfaat dengan nilai Rhitung setiap indikator lebih dari nilai Rtabel. Maka dapat disimpulkan indikator variable persepsi manfaat dinyatakan valid.

Tabel 3. 7 Uji Validitas Fitur Layanan

Indikator	Rtabel	Rhitung
X3.1	0.361	0.528
X3.2	0.361	0.531
X3.3	0.361	0.655
X3.4	0.361	0.786
X3.5	0.361	0.706
X3.6	0.361	0.587

Pada tabel 3.7 terdapat hasil uji validitas pada variabel fitur layanan dengan nilai Rhitung setiap indikator lebih dari nilai Rtabel. Maka dapat disimpulkan indikator variable fitur layanan dinyatakan valid.

Tabel 3. 8 Uji Validitas Minat Menggunakan

Indikator	Rtabel	Rhitung
Y1	0.361	0.568
Y2	0.361	0.627
Y3	0.361	0.851

Y4	0.361	0.689
Y5	0.361	0.409
Y6	0.361	0.470
Y7	0.361	0.712
Y8	0.361	0.488

Pada table 3.8 terdapat hasil uji validitas pada variable minat menggunakan dengan nilai Rhitung setiap indikator lebih dari nilai Rtabel. Maka dapat disimpulkan indikator variable minat menggunakan dinyatakan valid.

3.7 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas suatu variabel dalam penelitian ini disampaikan melalui penerapan penghitungan koefisien Cronbach alpha sebagai instrumen utama dalam uji reliabilitas. Sebuah variabel dianggap dapat dipercaya (reliabel) apabila mencatatkan koefisien Cronbach alpha yang melampaui ambang batas 0,60, mencerminkan tingkat kekonsistenan dan keandalan dalam pengukuran yang dijalankan.

Tabel 3. 9 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Reliabilitas
Persepsi Kemudahan Pengguna	0.60	0.740
Persepsi Manfaat	0.60	0.765
Fitur Layanan	0.60	0.752
Minat Menggunakan	0.60	0.746

3.8 Teknik Analisis Data

Dengan bantuan Aplikasi *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) dalam mengolah data, berikut adalah langkah analisis data yang dilakukan peneliti:

3.8.1 Uji Normalitas

Untuk memudahkan peneliti memilih jenis analisis statistik yang akan digunakan, uji ini merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi. Seperti yang dikemukakan oleh Penerapan et al., (2021) uji normalitas merupakan Langkah-langkah untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal. Untuk itu dilakukan dengan pengujian normalitas melalui SPSS menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Nilai sig. $> 0,05$ maka data terdistribusi normal.
- b. Nilai sig. $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal.

3.8.2 Multikolinearitas

Untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak Variabel independen yang dianalisis tidak boleh mengandung aspek, indikator, atau dimensi yang sama. Sebab, jika variabel independen memasukkan aspek atau indikator yang sama, maka koefisien regresi yang dihasilkan akan terdistorsi dan menjadi tidak berarti.. Pengujian multikolinearitas melalui SPSS mengacu pada nilai Tolerance dan VIF yang diperoleh. Kriteria pengambilan keputusan menggunakan nilai Tolerance: (Widana & Muliani, 2020)

- a. Jika nilai Tolerance $> 0,10$ maka variabel-variabel bebas yang akan diuji tidak memiliki gejala multikolinearitas.
- b. Jika nilai Tolerance $< 0,10$ maka variabel-variabel bebas yang akan diuji memiliki gejala multikolinearitas.

Kriteria pengambilan keputusan menggunakan nilai VIF:

- a. Jika nilai VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$) maka variabel-variabel bebas yang akan diuji tidak memiliki gejala multikolinearitas.
- b. Jika nilai VIF lebih dari 10 ($VIF > 10$) maka variabel- variabel bebas yang akan diuji memiliki gejala multikolinearitas.

3.8.3 Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketimpangan varians residual dari satu observasi ke observasi lainnya dalam suatu model regresi. Jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model dianggap bebas heteroskedastisitas. Sebaliknya jika signifikansinya kurang dari 0,05 maka model tersebut heteroskedastis. (Widana & Muliani, 2020).

3.8.4 Analisis Regresi Berganda

Metode yang digunakan untuk mengungkap pengaruh hubungan secara fungsional dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat (Gunawan, 2015). Berikut rumus persamaan regresi berganda:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

\hat{Y} : Variabel terikat (Minat menggunakan *mobile banking*)

a : Konstanta (Nilai \hat{Y} , apabila $X_1, X_2, X_3 \dots = 0$)

X_1 : Variabel bebas (Persepsi kemudahan)

X_2 : Variabel bebas (Persepsi manfaat)

X_3 : Variabel bebas (Fitur layanan)

b_1 : Koefisien regresi variabel bebas pertama

b_2 : Koefisien regresi variabel bebas kedua

b_3 : Koefisien regresi variabel bebas ketiga

3.8.5 Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F atau dikenal juga dengan uji simultan digunakan untuk menguji signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y) Penerapan et al., (2021). Uji ini melihat dari nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf signifikansi 5%. Kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka artinya H_0 diterima

b. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka artinya H_0 ditolak

b. Uji T

Uji t merupakan uji koefisien regresi parsial individu untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 dan X_2) berpengaruh secara independen terhadap variabel dependen (Y). (Penerapan et al.,

2021). Adapun kriteria dalam pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan.
- b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan.

3.8.6 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh varians suatu variabel, atau persentase kemampuan suatu variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hitung uji koefisien determinasi dengan mengkuadratkan koefisien korelasi yang diperoleh dan dikalikan dengan 100%. Hasil koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%). (Sugiyono, 2013). Berikut ialah rumus koefisien determinasi:

$$KD = R^2 \times 100\%$$