

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Terdapat empat variabel utama dalam penelitian ini, yang dilaksanakan pada tahun 2025 dengan periode pengumpulan data dimulai pada bulan Februari hingga selesai. Pemilihan waktu tersebut didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Pertama, periode ini memberikan fleksibilitas waktu yang lebih besar bagi responden, terutama mahasiswa dan pengguna aktif aplikasi bank digital yang menjadi sasaran utama penelitian. Kedua, waktu ini dipilih untuk memperoleh data yang relevan dan terkini mengenai perilaku penggunaan aplikasi perbankan digital di Indonesia.

3.1.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). Jabodetabek dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan kawasan dengan populasi pengguna aplikasi perbankan digital terbesar di Indonesia. Wilayah Jabodetabek memiliki keragaman demografi, sehingga dapat memberikan gambaran yang representatif tentang adopsi aplikasi perbankan digital di kalangan generasi muda yang menjadi kelompok pengguna utama. Wilayah ini juga menjadi rumah bagi sebagian besar pengguna generasi Z dan milenial, yang dikenal lebih terbuka terhadap teknologi dan lebih aktif dalam menggunakan aplikasi digital untuk berbagai kebutuhan, termasuk perbankan. Oleh karena itu, penelitian ini akan fokus pada kawasan Jabodetabek untuk memahami sikap dan niat penggunaan aplikasi Seabank di antara kalangan muda yang merupakan target pasar utama dalam sektor perbankan digital.

3.2 Desain penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif dan eksplanatori. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan aplikasi Seabank, seperti *perceived usefulness*, *perceived risk*, dan *trust*, serta untuk menganalisis hubungan antara faktor-faktor tersebut terhadap *intention to use* aplikasi tersebut. Data dalam penelitian ini akan dikumpulkan dengan menggunakan metode survei. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner, yang akan disebar secara online. Penyebaran kuesioner secara online memudahkan peneliti untuk mengakses responden dari berbagai lokasi di Jabodetabek untuk mendapatkan data yang lebih representatif dari sejumlah besar responden. Kuesioner yang digunakan terdiri dari beberapa bagian yang masing-masing mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini, seperti *perceived usefulness*, *perceived risk*, *trust*, dan *intention to use*. Setiap bagian dari kuesioner disusun untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai pengaruh masing-masing faktor terhadap niat penggunaan aplikasi Seabank.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2020) populasi adalah wilayah atau generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna potensial atau yang telah menggunakan Seabank. Seabank adalah platform perbankan digital yang menawarkan berbagai layanan perbankan, termasuk transfer uang, pembayaran tagihan, dan layanan keuangan lainnya. Oleh karena itu, populasi penelitian ini terdiri dari individu yang berusia 17 tahun ke atas, yang memiliki akses ke layanan internet dan perangkat yang mendukung aplikasi Seabank, serta telah

terpapar pada platform tersebut, baik melalui penggunaan langsung maupun melalui promosi.

3.3.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non probability Sampling – Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2010:120), *Non-probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Berusia minimal 17 tahun.
2. Berminat menggunakan Seabank.
3. Berdomisili di Jabodetabek dan bersedia mengisi kuesioner.

Penelitian ini menerapkan analisis Structural Equation Model (SEM) dengan ukuran sampel yang dihitung menggunakan rumus Hair et al. (2022) memberikan pedoman untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan, yaitu antara 5 hingga 10 sampel per indikator. Pedoman ini bertujuan untuk memastikan model SEM memiliki daya prediksi yang baik dan kestabilan yang memadai. Berdasarkan pedoman tersebut, jika penelitian ini menggunakan 18 indikator, maka perhitungan jumlah sampel yang diperlukan adalah sebagai berikut:

$$N = \{5 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}\}$$

$$N = 5 \times 19$$

$$N = 95$$

Jadi, ukuran sampel yang diperlukan adalah dibulatkan menjadi 100 responden. Jumlah ini dianggap cukup untuk menggambarkan populasi yang valid serta relevan dalam penelitian ini, sambil memastikan kestabilan model dan keandalan hasil analisis.

3.4 Pengembangan Instrumen

Terdapat empat variabel yang menjadi fokus pada penelitian ini, yaitu *Perceived Usefulness* dan *Digital Perceived Risk* terhadap *Trust* dan *Intention to Use* mereka untuk terus menggunakan aplikasi bank digital. Instrumen penelitian ini untuk mengukur keempat variabel tersebut yang diuraikan sebagai berikut:

3.4.1 *Perceived Usefulness*

a. Definisi Konseptual

Perceived Usefulness merupakan persepsi atau keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi dapat memberikan manfaat nyata dan berdampak positif terhadap aktivitas atau pekerjaannya. Dalam konteks layanan digital seperti bank digital Seabank, *perceived usefulness* mencerminkan sejauh mana pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan efektivitas dalam mengelola transaksi keuangan sehari-hari. *Perceived usefulness* tidak hanya berorientasi pada keuntungan teknis, tetapi juga mencakup nilai fungsional dan kenyamanan yang dirasakan pengguna.

Ketika seseorang meyakini bahwa suatu layanan digital memudahkan pekerjaan, mempercepat proses, dan mengurangi beban operasional, maka sistem tersebut dianggap bermanfaat. Pandangan ini sejalan dengan pemikiran Davis (1989), yang menyebut bahwa *perceived usefulness* berkaitan erat dengan peningkatan kinerja melalui teknologi, serta dengan pandangan Islam yang menekankan manfaat dan keberkahan dalam suatu penggunaan. Dalam praktiknya, *perceived usefulness* menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi minat individu untuk terus menggunakan atau mengadopsi suatu layanan digital.

b. Definisi Operasional

Perceived Usefulness dioperasionalkan sebagai persepsi responden mengenai sejauh mana penggunaan aplikasi Seabank dianggap berguna dan meningkatkan kinerja mereka dalam aktivitas keuangan. Persepsi ini diukur berdasarkan beberapa indikator yang telah dikembangkan oleh Davis (1989),

Jogiyanto (2007), serta Venkatesh et al. (2003), yaitu: (1) Penggunaan aplikasi memungkinkan pekerjaan selesai lebih cepat (*work more quickly*); (2) Penggunaan aplikasi meningkatkan kinerja pengelolaan keuangan (*job performance*); (3) Aplikasi membantu meningkatkan produktivitas pengguna (*increase productivity*); (4) Aplikasi meningkatkan efektivitas dalam melakukan transaksi (*enhances effectiveness*); (5) Aplikasi membuat aktivitas keuangan menjadi lebih mudah (*makes job easier*); dan (6) Aplikasi secara umum dirasakan berguna oleh pengguna (*useful*). Pengukuran dilakukan dengan skala Likert 6 poin untuk menilai sejauh mana pengguna setuju dengan pernyataan-pernyataan tersebut. Indikator-indikator ini dirancang untuk mencerminkan persepsi praktis dan fungsional pengguna dalam konteks penggunaan layanan bank digital.

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Penelitian *Perceived Usefulness*

No.	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
1.	<i>The use of the system can improve individual performance.</i>	Saya merasa bahwa penggunaan seabank dapat meningkatkan kinerja saya dalam mengelola keuangan	Venkatesh, et al. (2003:426)
2.	<i>The use of the system can increase individual productivity.</i>	Saya merasa bahwa seabank dapat membantu meningkatkan produktivitas saya dalam aktivitas keuangan	
3.	<i>The use of the system can enhance the effectiveness of individual performance.</i>	Saya merasa bahwa SeaBank dapat meningkatkan efektivitas saya dalam melakukan transaksi perbankan	
4.	<i>The use of the system can provide benefits to the individual.</i>	Saya merasa bahwa penggunaan SeaBank memberikan manfaat yang nyata bagi saya.	

3.4.2 Perceived Risk

a. Definisi Konseptual

Perceived Risk merupakan persepsi subjektif individu terhadap potensi ancaman atau kerugian yang mungkin timbul saat menggunakan suatu teknologi atau layanan baru, khususnya dalam konteks layanan keuangan digital seperti bank digital. Persepsi ini tidak hanya berkaitan dengan kemungkinan kerugian secara nyata seperti kehilangan uang atau kebocoran data pribadi, tetapi juga melibatkan aspek psikologis seperti rasa takut, tidak percaya diri, serta kecemasan terhadap sistem yang belum sepenuhnya dipahami. *Perceived Risk* menjadi faktor penting dalam proses pengambilan keputusan, karena dapat menghambat niat seseorang untuk mencoba atau melanjutkan penggunaan layanan tertentu. Semakin tinggi tingkat risiko yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin kecil kemungkinan mereka untuk mengadopsi layanan tersebut. Oleh karena itu, pengelolaan persepsi risiko oleh penyedia layanan melalui peningkatan keamanan, transparansi, dan edukasi menjadi langkah strategis untuk meningkatkan adopsi layanan digital.

b. Definisi Operasional

Perceived Risk dioperasionalkan sebagai tingkat kekhawatiran atau ketidakpastian yang dirasakan oleh pengguna terhadap berbagai potensi risiko yang muncul selama menggunakan layanan bank digital. *Perceived Risk* ini mencakup beberapa dimensi utama, yaitu risiko finansial yang berkaitan dengan kemungkinan kehilangan uang, risiko privasi dan keamanan yang menyangkut perlindungan data pribadi, risiko kinerja sistem yang mencerminkan kekhawatiran terhadap gangguan teknis atau ketidaksesuaian fungsi, risiko psikologis berupa ketakutan atau rasa tidak percaya diri saat menggunakan teknologi, serta risiko teknologi yang berkaitan dengan kemungkinan adanya error atau kendala dalam sistem. Untuk mengukur *Perceived Risk*, digunakan beberapa indikator seperti kekhawatiran kehilangan dana, ketakutan atas keamanan informasi pribadi, ketidakpastian terhadap keandalan sistem, rasa takut melakukan kesalahan, serta perasaan tidak nyaman saat berinteraksi dengan aplikasi. Pengukuran dilakukan

menggunakan skala Likert 6 poin untuk mengetahui tingkat persetujuan responden terhadap masing-masing pernyataan tersebut.

Tabel 3.2 Skala Pengukuran Penelitian Perceived of Risk

No.	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
1.	<i>There is a risk that arises</i>	Saya merasa ada risiko yang dapat timbul ketika menggunakan layanan seabank	Ashghar dan Nurlatifah (2020) serta Achiriani dan Hasbi (2021)
2.	<i>There is a perception of loss experienced</i>	Saya memiliki persepsi bahwa saya dapat mengalami kerugian saat menggunakan seabank	
3.	<i>There is an assumption that the product is risky</i>	Saya menganggap bahwa layanan seabank memiliki tingkat risiko tertentu	
4.	<i>There is feeling insecure, worried, and not feeling protected</i>	Saya merasa tidak aman, khawatir, dan tidak terlindungi saat menggunakan seabank	
5.	<i>There is a feeling of making a mistake when using it,</i>	Saya merasa khawatir akan melakukan kesalahan saat menggunakan layanan seabank	
6.	<i>There is a concern that technical problems may occur while using the service.</i>	Saya merasa cemas bahwa mungkin akan terjadi masalah teknis saat menggunakan seabank service.	

3.4.3 Trust

a. Definisi Konseptual

Trust atau kepercayaan merupakan keyakinan individu terhadap keandalan, integritas, dan keamanan suatu sistem atau penyedia layanan, yang menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan teknologi tertentu, termasuk layanan bank digital. Dalam konteks adopsi teknologi, trust berperan sebagai unsur psikologis yang membentuk rasa aman dan nyaman pengguna saat melakukan interaksi atau transaksi digital. Konsep ini pertama kali diperkenalkan

oleh David Gefen dalam lingkup e-commerce, dan kemudian diperluas oleh Venkatesh dan Bala (2008) ke dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM), untuk menjelaskan bagaimana kepercayaan dapat memengaruhi niat dan perilaku penggunaan teknologi.

Trust bukan hanya berkaitan dengan sistem itu sendiri, tetapi juga mencakup persepsi terhadap reputasi penyedia layanan, transparansi informasi, dan perlindungan terhadap data pribadi. Dalam layanan keuangan digital seperti Seabank, trust menjadi elemen kunci karena nasabah perlu meyakini bahwa data dan dana mereka akan aman, layanan dapat diandalkan, dan penyedia memiliki itikad baik dalam menjalankan layanannya. Semakin tinggi trust yang dirasakan pengguna terhadap suatu layanan digital, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk menerima dan menggunakannya secara berkelanjutan.

b. Definisi Operasional

Trust dioperasionalkan sebagai persepsi responden mengenai sejauh mana mereka percaya bahwa layanan bank digital yang digunakan, seperti Seabank, aman, dapat diandalkan, dan menjaga integritas transaksi maupun data pribadi. Trust dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator yang merepresentasikan dimensi utama kepercayaan, yaitu: (1) Integritas, yakni keyakinan bahwa layanan digital memiliki sistem yang jujur dan transparan serta menjaga keamanannya; (2) Reliabilitas, yaitu kemampuan sistem dalam memberikan layanan secara konsisten dan dapat diandalkan, termasuk saat terjadi masalah; (3) Keamanan, yaitu kepercayaan pengguna bahwa sistem mampu melindungi data pribadi serta mencegah penyalahgunaan; (4) Perlindungan data, yaitu kepercayaan bahwa informasi pengguna tidak akan disebarluaskan tanpa izin; dan (5) Kemampuan memenuhi janji, yaitu persepsi bahwa penyedia layanan benar-benar memenuhi fitur dan manfaat sebagaimana dijanjikan. Indikator-indikator ini disusun berdasarkan teori Gefen et al. (2003), Rotchanakitumnuai & Speece (2009), dan Chauhan (2015), serta disesuaikan dengan konteks digital banking. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan skala Likert 6 poin untuk menilai tingkat persetujuan responden terhadap masing-masing indikator tersebut.

Tabel 3.3 Skala Pengukuran Penelitian *Trust*

No.	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
1.	<i>The internet trading system is honest with investors.</i>	Saya percaya bahwa sistem layanan seabank bersikap jujur kepada penggunanya	Rotchanakitumnuai & Speece, 2009
2.	<i>The internet trading system maintains privacy policy practices.</i>	Saya percaya bahwa seabank menjaga kebijakan privasi dengan baik dalam layanannya	
3.	<i>The internet trading system is secure.</i>	Saya merasa bahwa sistem seabank aman untuk digunakan	
4.	<i>The system is reliable and delivers transactions accurately.</i>	Saya percaya bahwa seabank dapat diandalkan dan mampu memproses transaksi dengan akurat	
5.	<i>The internet trading system has the capability to manage efficiently</i>	Saya yakin SeaBank mampu memberikan hasil transaksi yang akurat dan sesuai harapan	

3.4.4 Intention to Use

a. Definisi Konseptual

Intention to Use atau minat untuk menggunakan adalah bentuk kesiapan dan keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi atau layanan tertentu secara berkelanjutan di masa mendatang. Dalam konteks layanan keuangan digital seperti aplikasi Seabank, *intention to use* mencerminkan sejauh mana seseorang merasa tertarik, nyaman, dan percaya terhadap manfaat serta kemudahan penggunaan layanan tersebut. Dalam model TAM (Technology Acceptance Model), minat untuk menggunakan dipengaruhi oleh persepsi terhadap kegunaan (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan, risiko yang dirasakan (*perceived risk*), dan tingkat kepercayaan (*trust*) terhadap sistem.

Jika seseorang merasa bahwa teknologi tersebut aman, mudah diakses, dan memberikan manfaat yang relevan dengan kebutuhan sehari-hari, maka ia cenderung memiliki minat tinggi untuk terus menggunakannya. Sebaliknya, persepsi negatif terhadap teknologi akan menurunkan *intention to use*. Dalam perspektif Islam, minat menggunakan layanan keuangan juga mempertimbangkan

kesesuaian produk dengan prinsip keadilan, transparansi, dan manfaat bagi pengguna. Oleh karena itu, intention to use tidak hanya terbentuk dari faktor teknis, tetapi juga dari faktor psikologis dan nilai-nilai personal pengguna.

b. Definisi Operasional

Intention to Use dioperasionalkan sebagai tingkat ketertarikan dan kecenderungan perilaku responden untuk menggunakan aplikasi bank digital Seabank dalam jangka pendek maupun panjang. Pengukuran dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa indikator yang telah disesuaikan dari Fakhrurozi & Zulfikar (2021), Walgito (2015), serta Hantono et al. (2023). Indikator tersebut meliputi: (1) Keinginan untuk terus menggunakan Seabank karena merasa nyaman dan diuntungkan; (2) Kecenderungan menggunakan aplikasi untuk berbagai jenis transaksi keuangan; (3) Rencana untuk menggunakan layanan ini secara rutin dalam jangka panjang; dan (4) Niat untuk merekomendasikan layanan ini kepada orang lain karena pengalaman positif yang dirasakan. Indikator-indikator ini mencerminkan dimensi ketertarikan, perasaan positif, serta intensi perilaku aktual terhadap penggunaan teknologi digital. Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert 6 poin yang menggambarkan tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan-pernyataan tersebut.

Tabel 3.4 Skala Pengukuran Penelitian *Intention to Use*

No.	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
1.	<i>Intend to use</i>	Saya berniat untuk menggunakan layanan seabank	Walgito, 2015
2.	<i>Use in every instance</i>	Saya akan menggunakan seabank setiap kali saya membutuhkan layanan perbankan digital	
3.	<i>Plan to continue using</i>	Saya berencana untuk terus menggunakan seabank di masa mendatang	
4.	<i>Intend to continue long-term use</i>	Saya berniat untuk menggunakan seabank dalam jangka panjang	

3.5 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel utama yang diukur untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap sikap dan niat penggunaan aplikasi perbankan digital Seabank. Variabel-variabel tersebut adalah *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk*, *Trust*, dan *Intention to Use*. Penelitian ini mengadopsi pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang digunakan untuk mengukur faktor-faktor yang memengaruhi sikap dan niat penggunaan teknologi digital, khususnya aplikasi perbankan digital.

3.5.1. Variabel Independen

Dalam Penelitian ini, variabel independen adalah faktor-faktor yang memengaruhi atau berhubungan dengan variabel dependen. Dua variabel independen yang diuji dalam penelitian ini adalah *Perceived Usefulness* dan *Perceived Risk*. Kedua variabel ini diuji untuk melihat pengaruhnya terhadap *Trust* dan *Intention to Use* aplikasi Seabank.

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, *Trust* dan *Intention to Use* adalah dua variabel dependen yang diuji untuk melihat bagaimana pengaruh dari *Perceived Usefulness* dan *Perceived Risk*. Oleh karena itu, *Trust* dan *Intention to Use* merupakan variabel dependen yang krusial dalam penelitian ini untuk mengukur bagaimana faktor-faktor seperti *Perceived Usefulness* dan *Perceived Risk* memengaruhi keputusan pengguna dalam mengadopsi dan menggunakan aplikasi Seabank.

3.5.3 Skala Pengukuran

Kriteria Jawaban	Kode
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Agak Tidak Setuju	3
Agak Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Tabel 3.5 Skala Pengukuran Penelitian

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan metode survei yang disebarluaskan secara online. Peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner untuk memperoleh data yang berkaitan dengan *perceived usefulness*, *perceived risk*, *trust*, dan minat untuk menggunakan aplikasi bank digital Seabank. Kuesioner ini dirancang berdasarkan konstruk-konstruk utama dalam model penelitian, yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk*, *Trust*, dan *Intention to Use*. Instrumen kuesioner yang digunakan mengadopsi indikator-indikator dari penelitian sebelumnya yang telah divalidasi, dan disesuaikan dengan konteks penggunaan aplikasi digital banking Seabank. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert 6 poin, yang memberikan rentang nilai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 6 (sangat setuju), guna menangkap tingkat persetujuan responden secara lebih rinci. Sebelum kuesioner disebarluaskan, peneliti melakukan uji coba (*pre-test*) kepada sekelompok kecil responden dengan

karakteristik serupa guna mengevaluasi kejelasan bahasa, relevansi, dan validitas setiap item pernyataan. Hasil uji coba ini digunakan untuk melakukan revisi minor sebelum kuesioner disebarluaskan secara luas.

Pengumpulan data dilakukan secara *online* untuk menjangkau responden dari berbagai wilayah, dengan fokus utama pada pengguna aktif Seabank yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Metode ini memungkinkan efisiensi waktu dan biaya serta memastikan cakupan responden yang lebih luas dan relevan dengan tujuan penelitian. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.1.0.9. Pendekatan ini dinilai tepat untuk menguji model struktural yang kompleks dan melibatkan variabel laten dalam penelitian ini.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Metode Pengukuran atau Outer Model

Cara suatu indikator berhubungan dengan variabel yang diwakilinya digambarkan dalam outer model. Dengan kata lain, outer model menunjukkan hubungan antara konstruk laten yang diukur melalui indikator-indikator tersebut. Menurut Ghozali & Latan (2019), evaluasi dilakukan melalui pengujian validitas konvergen dan diskriminan. Selain itu, reliabilitas diuji dengan menggunakan *composite reliability* dan *cronbach's alpha*.

Jika perubahan terjadi pada salah satu indikator dan kemudian diikuti oleh perubahan pada indikator lainnya secara konsisten dan searah, maka indikator tersebut bisa dikategorikan sebagai indikator reflektif. Namun, jika arah perubahan tidak selaras, maka indikator tersebut belum tentu mencerminkan konstruk laten secara utuh.

Menurut Ghozali (2014), *Partial Least Square* (PLS) bertujuan untuk menguji prediksi dengan menggunakan tiga model utama, yaitu:

1. *Outer model*
2. *Inner model*
3. Pengujian hipotesis

Tabel 3.6 Outer Model

Outer Model		
Evaluasi Model	Keterangan	Kriteria
<i>Convergent Validity</i>	Mengukur sejauh mana indikator dalam suatu konstruk saling berkorelasi positif.	Loading >0,7 menandakan validitas indikator.
<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Digunakan sebagai ukuran validitas konvergen.	Valid jika AVE masing-masing variabel lebih besar dari 0,5.
<i>Discriminant Validity</i>	Mengukur perbedaan antara konstruk untuk memastikan bahwa setiap konstruk unik dan tidak tumpang tindih dengan yang lain.	Nilai loading indikator terhadap konstruknya harus lebih tinggi dibanding korelasi dengan konstruk lain.
<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	Digunakan untuk melihat apakah AVE dari suatu konstruk lebih tinggi dibanding korelasi dengan konstruk lain.	Valid bila AVE konstruk lebih tinggi dari korelasi antar konstruk.
<i>Composite Reliability</i>	<i>Composite Reliability</i> digunakan untuk menentukan nilai reliabilitas sebenarnya suatu konstruk.	Reliabel jika nilainya lebih dari 0,7.
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i> digunakan untuk mengukur batas bawah nilai suatu konstruk	Reliabel jika nilainya di atas 0,6.
<i>Uji Konstruk Formatif (VIF)</i>	Digunakan untuk menguji kolinearitas antar indikator dalam model formatif. Nilai VIF menunjukkan tingkat korelasi antar indikator.	Tidak ada multikolinearitas jika nilai VIF < 5

Sumber : (Hair et al., 2017:345).

3.7.2 Metode Pengukuran atau *Inner Model*

Atas dasar teori substantif, *inner model* struktural menggambarkan hubungan antar variabel. Model struktural menggambarkan hubungan antar variabel. Model struktural hubungan antar variabel dirancang berdasarkan rumusan masalah penelitian.

Tabel 3.7 Inner Model

Inner Model		
Evaluasi Model	Keterangan	Kriteria
<i>Godness of Fit</i> Sumber : Ghozali dan Latan (2020:81)	Untuk mengukur kelayakan gabungan model pengukuran dan struktural.	Model dianggap fit jika SRMR < 0,10, dan tergolong perfect fit bila nilainya < 0,08.
<i>Effect Size (F²)</i> Sumber : (Hair et al., 2017:216).	F2 dihitung untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Ini dihitung dengan menghitung nilai R2 yang berubah jika konstruk eksogen dihilangkan.	Cohen menyarankan bahwa besarnya efek dalam model dapat ditafsirkan berdasarkan f ² : 0,02 untuk efek rendah, 0,15 sedang, dan 0,35 tinggi.
<i>R Square (R²)</i> Sumber : Ghozali (2014:131)	R2 menghitung seberapa banyak variabel bebas menjelaskan variabel terikat.	Nilai 0,75 dianggap kuat, 0,50 sedang, 0,25 lemah.
<i>Path Coefficients</i> (koefisien jalur) (Hair, 2017:60)	Untuk mengetahui pengaruh langsung antar konstruk, digunakan koefisien jalur yang memberikan gambaran kuantitatif terkait kekuatan dan makna hubungan antar variabel.	Semakin mendekati nilai-1 mengidentifikasi bahwa hubungan tersebut bersifat negatif.

3.8 Uji Hipotesis

Langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis setelah menilai model luar dan model dalam. Keterkaitan antara variabel endogen dan eksogen dijelaskan

melalui pengujian hipotesis. Dengan mengevaluasi nilai probabilitas dan T-Statistics, hipotesis diuji. Nilai P-Value dengan alpha 5% adalah 0,05 yang dapat digunakan untuk menghitung nilai probabilitas. Bila T-Statistics > T-Table yang memiliki nilai T-Table sebesar 1,96 untuk alpha 5% maka hipotesis diterima (Ghozali, 2015:42).

Tingkat signifikansi digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis. Ambang batas signifikansi penelitian ini adalah 5%. Tingkat trust signifikansi 0,05 untuk menolak hipotesis pada tingkat signifikansi terpilih 5%. Dalam penelitian ini kemungkinan salah memilih adalah 5%, sedangkan kemungkinan salah memilih adalah 95%.

Hipotesis yang disajikan dalam penelitian ini didasarkan pada hasil sebelumnya dari hubungan antar variabel, antara lain :

- a. Pengaruh langsung Perceived Usefulness (X1) terhadap Intention to Use (Y)

Menentukan H10 dan H1a :

H01 : $\beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh langsung signifikan Perceived Usefulness terhadap Intention to Use

Ha1 : $\beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh langsung signifikan Perceived Usefulness terhadap Intention to Use

- b. Pengaruh langsung Perceived Risk (X2) terhadap Intention to Use (Y)

Menentukan H20 dan H2a :

H02 : $\beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh langsung signifikan Perceived Risk terhadap Intention to Use

Ha2 : $\beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh langsung signifikan Perceived Risk terhadap Intention to Use

- c. Pengaruh langsung Trust (Z) terhadap Intention to Use (Y)

Menentukan H30 dan H3a :

H03 : $\beta_3 = 0$: Tidak terdapat pengaruh langsung signifikan Trust terhadap Intention to Use

Ha3 : $\beta_3 \neq 0$: Terdapat pengaruh langsung signifikan Trust terhadap Intention to Use

d. Pengaruh langsung Perceived Usefulness (X1) terhadap Trust (Z)

Menentukan H40 dan H4a :

H04 : $\beta_4 = 0$: Tidak terdapat pengaruh langsung signifikan Perceived Usefulness terhadap Intention to Use

Ha4 : $\beta_4 \neq 0$: Terdapat pengaruh langsung signifikan Perceived Usefulness terhadap Intention to Use

e. Pengaruh langsung Perceived Risk (X2) terhadap Trust (Z)

Menentukan H50 dan H5a :

H05 : $\beta_5 = 0$: Tidak terdapat pengaruh langsung signifikan Perceived Risk terhadap Trust

Ha5 : $\beta_5 \neq 0$: Terdapat pengaruh langsung signifikan Perceived Risk terhadap Trust

f. Pengaruh tidak langsung Perceived Usefulness (X1) terhadap Intention to Use (Y) melalui Trust (Z)

Menentukan H60 dan H6a :

H06 : $\beta_6 = 0$: Tidak terdapat pengaruh tidak langsung signifikan Perceived Usefulness terhadap Intention to Use melalui Trust

Ha6 : $\beta_6 \neq 0$: Terdapat pengaruh tidak langsung signifikan Perceived Usefulness terhadap Intention to Use melalui Trust

- g. Pengaruh tidak langsung Perceived Risk (X2) terhadap Intention to Use (Y) melalui Trust (Z)

Menentukan H10 dan H1a :

H07 : $\beta_7 = 0$: Tidak terdapat pengaruh tidak langsung signifikan Perceived Risk terhadap Intention to Use melalui Trust

Ha7 : $\beta_7 \neq 0$: Terdapat pengaruh tidak langsung signifikan Perceived Risk terhadap Intention to Use melalui Trust

