

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah mobile payment GO-PAY. Waktu yang digunakan Peneliti untuk melaksanakan penelitian ini dimulai bulan Mei 2019.

Pengambilan data akan dilakukan di Jakarta.

Batas-batas penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden yang pernah dan sudah melakukan transaksi pembayaran menggunakan GO-PAY baik secara *online* didalam aplikasi GO-JEK maupun *offline* melalui rekan usaha.
2. Responden bersedia meluangkan waktu sebentar untuk mengisi kuesioner secara langsung ataupun lewat media daring.
3. Responden yang mengisi kuesioner dengan memberikan berbagai opini baik itu positif ataupun negatif tentang GO-PAY.

B. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan data pengetahuan sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut sugiyono (2014) penelitian kuantitatif artinya adalah metode penelitian yang

berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Kemudian, teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, seperti analisis data bersifat kuantitatif maupun perhitungan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Desain penelitian yang digunakan menurut Sugiyono (2014) adalah penelitian Eksplanatori (*explanatory research*) merupakan metode yang menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain. Selain itu juga menggunakan penelitian deskriptif dan kausal, yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul ke dalam bentuk grafik atau tabel, peneliti juga akan melakukan pengujian terhadap hipotesis-hipotesis untuk dapat menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

C. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dan penting dalam suatu penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah

1. Studi Lapangan (*Field Research*)

Peneliti menggunakan lapangan yaitu penelitian langsung guna mengetahui permasalahan yang terjadi, sekaligus untuk memperoleh data primer yang dibutuhkan yaitu dengan cara sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara (*Interview*) merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan interaksi komunikasi tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang terkait. Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

b. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2016) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan yaitu mengumpulkan data dengan cara membaca, mempelajari, dan menganalisa teori-teori yang bersumber dari buku-buku terkait hubungannya dengan masalah yang diteliti. yaitu dengan cara sebagai berikut :

a. Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan menggunakan yang bersumber dari buku, jurnal, dan artikel yang berhubungan dengan masalah yang diteliti berkaitan dengan kegunaan dan kemudahan yang diberikan GO-PAY sebagai pembayaran elektronik pada sikap pengguna terhadap minat menggunakan.

b. Studi Dokumentasi

Pengumpulan data dan informasi dari website atau media pemberitaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti seperti permasalahan isi saldo (*top up*) GO-PAY yang bermasalah.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Pengertian populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Dari satuan-satuan tersebut dinamakan unit analisis dan dapat berupa orang-orang, institusi-institusi, benda-benda, dan lain-lain. (Djawranto, 1994)

Menurut Sugiyono (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain.

Pada penelitian ini, populasi yang diambil dari pengguna aplikasi GO-JEK yang sudah memanfaatkan dan menggunakan transaksi digital non-tunai GO-PAY di wilayah Jakarta. Menurut peneliti, di Jakarta banyak masyarakat yang menggunakan jasa transportasi untuk bepergian, pemesanan makanan, kurir antar barang, dan pengeluaran transaksi pembayaran lainnya seperti, bayar telepon, air, listrik pasca bayar atau prabayar, dan angsuran BPJS. Kuesioner ini menggunakan pengukuran

enam poin Likert dengan poin satu mewakili "sangat tidak setuju (STS)" dan poin enam "sangat setuju (SS)".

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2010) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dapat mewakili atau representatif bagi populasi tersebut. Jika melakukan penelitian pada populasi yang besar, biasanya seorang peneliti memiliki keterbatasan dana, tenaga dan waktu, sehingga peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yang dapat mewakili dari populasi yang akan diteliti.

Menurut Hair, *et al.* (2010) ada beberapa saran yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam menentukan ukuran sampel dalam analisis SEM, yaitu:

- a. Ukuran sampel 100-200 untuk teknik estimasi *maximum likelihood* (ML)
- b. Bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi
- c. Bergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel bentukan, yang dikali 5-10. Apabila terdapat 20 indikator, besarnya sampel adalah 100-200
- d. Jika sampelnya sangat besar, peneliti dapat memilih teknik estimasi tertentu.

Sesuai dengan pernyataan Hair, *et al.* bergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel bentukan, yang dikali 5-10. Apabila terdapat 20 indikator besarnya sampel adalah 100-200. Maka peneliti akan menggunakan sampel berjumlah 200 orang.

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2010) *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Oleh karena itu, sampel yang dibutuhkan peneliti adalah konsumen yang pernah dan sudah menggunakan GO-PAY untuk bertransaksi non-tunai dari fitur-fitur didalam aplikasi maupun di gerai-gerai rekan usaha dan konsumen yang tinggal di Jakarta.

Cara pengambilan sampel penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner diberikan bagi responden yang memiliki pengalaman pembelian secara online, terutama mereka yang pernah melakukan pembelian pesan antar makanan, pengguna yang pernah membayar jasa transportasi sepeda motor, mobil, maupun taksi, serta jasa layanan angkut kirim barang, dan transaksi di gerai-gerai *offline* yang telah bekerjasama oleh pihak GO-PAY.

Penyebaran kuesioner melalui kuesioner online yang dibuat melalui *Google Form*. Dengan cara ini peneliti menyebarkan kuesionernya dengan mengirim kuesioner melalui email atau perangkat lunak komunikasi instan (*WhatsApp*), atau membagikan link di media sosial

kepada teman-teman yang sudah dan pernah menggunakan GO-PAY sebagai media untuk pembayaran maupun di rekan usaha GO-JEK, yang selanjutnya dapat disebarakan kepada rekan-rekan atau teman-teman lain yang juga telah menggunakan GO-PAY sebagai media pembayaran. Sampel yang diambil meliputi pelajar/mahasiswa, pegawai negeri sipil (PNS), karyawan swasta, dan ibu rumah tangga.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini melakukan pengumpulan data melalui data primer. Menurut Sugiyono (2015) data primer merupakan sumber data langsung yang diberikan kepada pengumpul data sedangkan data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya data atau informasi yang diterima orang lain atau melalui dokumen. Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil dari penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan.

1. Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Berdasarkan judul penelitian yang peneliti ambil adalah “Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap Penggunaan, Terhadap Minat Menggunakan GO-PAY”, sehingga terdapat beberapa variabel dalam penelitian ini terdiri variabel bebas Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan (X2),

dan Minat Menggunakan (Z) serta variabel intervening Sikap Penggunaan (Y).

2. Variabel Terikat

Variabel terikat menurut Sugiyono (2017) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas atau disebut variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen atau terikat yaitu Minat Menggunakan.

3. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2017), variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan.

4. Variabel Intervening

Menurut Sugiyono (2016) variabel intervening (penghubung) adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel terikat dan bebas menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen. Dalam penelitian ini variabel intervening adalah Sikap Penggunaan.

5. Operasional Variabel

Berikut ini adalah tabel variabel operasional yang akan diteliti dalam penelitian:

Tabel III.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber
Persepsi Kegunaan	<ul style="list-style-type: none"> a. Transaksi terbantu b. Transaksi menjadi efisien c. Pembayaran menjadi efektif d. Meningkatkan produktivitas pembayaran e. Bermanfaat untuk transaksi online/offline f. Transaksi menjadi cepat 	Bhattacharjee (2001); Schierz et al. (2010); Lie'bana-Cabanillas et. al. (2017); Yudhi Dewantara (2018)
Persepsi Kemudahan	<ul style="list-style-type: none"> a. Pembayaran menggunakan GO-PAY mudah dimengerti b. Pembayaran menggunakan GO-PAY mudah digunakan c. Prosedur untuk menggunakan GO-PAY mudah dipahami d. Pembayaran dapat diandalkan e. Transaksi melalui GO-PAY lebih mudah dibanding media transaksi lain 	Davis et al. (1989); Taylor dan Todd (1995); Bhattacharjee (2001); Venkatesh and Davis (2000); Schierz et al. (2010); I. R de Luna et. al. (2018); Akhmad Fahrurozi (2018)
Sikap Penggunaan	<ul style="list-style-type: none"> a. Konsumen merasa senang ketika menggunakan GO-PAY b. Konsumen nyaman bertransaksi menggunakan GO-PAY c. Melakukan transaksi dari GO-PAY adalah ide bagus d. Transaksi menggunakan GO-PAY lebih menarik e. Bersedia menggunakan GO-PAY secara online/offline 	Yang dan Yoo (2004); Schierz et. al. (2010); Rivera, Gregory, dan Cobos (2015); Ricmala (2016); Oentario et. al. (2017)
Minat Menggunakan	<ul style="list-style-type: none"> a. Rutin menggunakan GO-PAY di berbagai fitur GO-JEK b. Menggunakan GO-PAY 	Davis (1989); Gefen et al. (2003a, 2003b); Venkatesh dan Davis (2000); Schierz et al.

	<p>saat transaksi di merchant offline</p> <p>c. Menjadikan GO-PAY sebagai pengganti uang tunai</p> <p>d. Akan melakukan transaksi menggunakan GO-PAY beberapa bulan kedepan</p>	<p>(2010); Teo dan Zhou (2014); Rahayu (2015); Hanif et. al. (2017); I. R. de Luna et. al. (2018)</p>
--	---	---

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

F. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2016) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dalam skala likert, maka yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot dari setiap pertanyaan berdasarkan skala likert. Adapun kriteria penilaian dapat dilihat dari tabel skala likert seperti dibawah ini :

Tabel III.2
Bobot Skala Likert

Pertanyaan	Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Biasa Saja	BS	3
Agak Setuju	AS	4
Setuju	S	5
Sangat Setuju	SS	6

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

G. Teknik Analisis Data

1. Teknik *Structural Equation Modelling* (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan teknik analisis yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan secara simultan. SEM merupakan pendekatan terintegrasi antara dua analisis yaitu analisis faktor dan jalur (path analysis). Lee (2007), mengemukakan bahwa

Structural equation models are well recognized as the most important statistical method to serve the above purpose and can be applied to many fields.

Mengikuti rekomendasi Anderson dan Gerbing (1988) dijelaskan dalam jurnal *A Global Approach to the Analysis of User Behavior in Mobile Payment Systems in the New Electronic Environment* (2017) bahwa terdapat pendekatan dua langkah untuk Persamaan Struktural Modeling (SEM) telah digunakan untuk analisis data. Pada langkah pertama, Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) dilakukan untuk mengembangkan model pengukuran. Untuk memeriksa hubungan sebab

akibat di antara semua konstruksi, model struktural yang diusulkan diuji menggunakan SEM. Program perangkat lunak Analisis Moment Structures (AMOS) dan bagian dari paket Statistik untuk perangkat Ilmu Sosial (SPSS) (Arbuckle, 2007) digunakan untuk melakukan CFA dan SEM. SEM dipilih untuk digunakan karena itu secara bersamaan menganalisis jalur dalam model dan menguji *good of fit model*. CFA tadinya digunakan untuk mengukur validitas konstruk dari instrumen yang digunakan dalam penelitian. Teknik SEM menggunakan Grafik AMOS digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian komponen pengukuran dan struktural dari model yang diusulkan.

Pemodelan persamaan struktural (SEM) digunakan sebagai teknik utama untuk analisis dalam penelitian ini. Di antara kelebihan SEM adalah: (a) kemampuannya untuk memeriksa serangkaian hubungan dependen secara bersamaan, terutama di mana ada hubungan langsung dan efek tidak langsung di antara konstruk dalam model (Hair *et al.* 2010); (b) menganalisis hubungan antara variabel laten dan diamati; (c) model acak kesalahan dalam variabel yang diamati sehingga memberikan pengukuran yang lebih tepat; dan (d) mengukur variabel laten menggunakan beberapa indikator dan menguji hipotesis di membangun bukan tingkat item (Hoyle 2011). Dalam penelitian ini, AMOS 21.0 digunakan dengan kemungkinan maksimum sebagai metode untuk estimasi parameter. Sebelum pengujian untuk model fit di SEM, sudah biasa untuk menetapkan normalitas, reliabilitas, dan validitas data yang diperoleh.

2. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah analisis data dan informasi kedalam bentuk yang mudah diinterpretasikan. Tujuan dari analisis deskriptif ini adalah untuk menentukan faktor-faktor penyebab suatu permasalahan dan kemudian membuat mencari solusi dalam pemecahan masalah yang terjadi di lapangan. Biasanya dalam analisis deskriptif ini berupa data tabel frekuensi, grafik, atau teks. Hasil dari analisis tersebut berisi rangkuman statistik yang menunjukkan rata-rata variabel terikat menurut variabel bebas dan variabel intervening atau mediating dalam keterkaitannya sesuai dengan tujuan dan kepentingan penelitian. Berdasarkan informasi tersebut, dalam penelitian ini analisis statistik deskriptif akan memberikan uraian mengenai karakteristik responden dan bagaimana pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap perilaku menggunakan yang dimediasi oleh sikap pengguna GO-PAY.

Peneliti mengambil sampel dari deskripsi kuesioner mulai dari jenis kelamin (laki-laki dan perempuan). Selain itu, tingkat profesi diantaranya pelajar atau mahasiswa, Pegawai Negeri Sipil (PNS), karyawan swasta, pegawai negeri sipil, wiraswasta, dan ibu rumah tangga. Selanjutnya rentang usia juga diteliti diantaranya <18 tahun, 18-24 tahun 25-34 tahun, 35-45 tahun, dan >45 tahun.

3. Uji Validitas

Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2009: 455). Terdapat hal-hal pokok yang disampaikan mengenai uji validitas sebagai berikut:

1. Uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel.
2. Daftar pertanyaan pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu.
3. Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r tabel $\left| df = n-k \right.$ dengan tingkat kesalahan 5%.
4. Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$, maka butir soal tersebut valid.

Teknik uji validitas yang digunakan penulis adalah menggunakan analisis koefisien korelasi. Persamaan yang digunakan untuk mengetahui besarnya korelasi (r) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Sedangkan untuk mengetahui keeratan hubungan koefisien interpretasi,

dibawah ini adalah daftar tabelnya:

Tabel III.3

Keeratan Hubungan Koefisien Interpretasi

Koefesien	Kekuatan Hubungan
0,00	Tidak ada hubungan
0,09-0,09	Hubungan Kurang Berarti
0,10-0,29	Hubungan Lemah
0,30-0,49	Hubungan Moderat
0,50-0,69	Hubungan Kuat
0,70-0,89	Hubungan Sangat Kuat
>0,90	Hubungan Mendekati Sempurna

Sumber: data diolah oleh peneliti

Berikut ini adalah persamaan koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel: $D = r^2 \times 100\%$

4. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran mengenai konsistensi internal dari indikator sebuah variabel yang menunjukkan derajat masing-masing indikator itu mengindikasikan sebuah konstruk/faktor laten yang umum. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi suatu instrumen. Langkah selanjutnya adalah menghitung *loadings* dan menilai signifikansi statistik setiap indikator. Apabila terbukti tidak signifikan, maka indikator harus dibuang atau mentransformasikan agar menjadi fit untuk variabel laten.

Uji reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu kuesioner dinyatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011: 144). Keandalan atau di sebut reliabilitas

dalam pengukuran dengan menggunakan Alfa Cronbach adalah koefisien keandalan menunjukkan seberapa baik item/butir dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Beberapa hal-hal pokok yang disampaikan tentang uji reliabilitas, sebagai berikut:

1. Untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner, maka mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan.
2. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan.
3. Jika nilai $\alpha > 0,60$, disebut reliabel.