

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah seluruh orang yang menggunakan aplikasi *mobile shopping*. Lokasi penelitian berada di Kota Semarang .

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah suatu keseluruhan objek individu yang menjadi penelitian. (Boediono. & Koster, 2001 : 10). Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang menggunakan aplikasi *mobile Shopping* di Kota Semarang.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi perhatian dalam penelitian. Sampel yang terdiri dari beberapa orang yang menjadi bagian dari suatu populasi yang akan menjadi objek penelitian (Boediono. & Koster, 2001 : 10). Sampel penelitian ini ialah pengguna aplikasi *mobile shopping* di Kota Semarang yang termasuk dalam kriteria. Metode yang digunakan ialah metode sampling menggunakan purposive

sampling yang dilakukan dengan cara mengambil sampel dari populasi dengan mempertimbangkan kriteria tertentu (Jogiyanto 2013) . *Purposive sampling* yang digunakan yaitu *judgement sampling*, menentukan kriteria pertimbangan tertentu. Kriteria pertimbangan sampel penelitian ini adalah orang yang telah menggunakan aplikasi *mobile shopping*. Membagikan kuesioner secara langsung yang berisi pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian dan jumlah kuesioner yang kembali akan dijadikan sampel penelitian ini. Populasi pada penelitian ini tidak diketahui jumlah pasti populasinya. Sehingga diperlukan menghitung jumlah sampel minimal yang mewakili dari populasi yang besar dengan menggunakan rumus Slovin

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

Dimana

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi penduduk di Semarang
= 1.658.552 (Dispendukcapil 2017)

e = Batas Ketelitian (0,1) atau sampling error = 10 %

Perhitungan:

$$n = \frac{1,658,552}{1+(1,658,552 \times 0,1^2)} = 99,99$$

Dari hasil perhitungan diatas, diketahui bahwa jumlah sampel minimal yaitu 100 responden. Sehingga telah ditetapkan dalam penelitian ini adalah 200 orang responden.

3.3 Sumber Data dan Jenis Data

3.3.1 Sumber Data

3.3.1.1 Data Primer

Data primer menurut (Sugiyono 2010) diperoleh secara langsung memberikan data dengan menyebarkan kuisioner kepada seluruh pengguna aplikasi *mobile shopping* yang memenuhi kriteria.

3.3.2 Jenis Data

3.3.2.1 Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data berupa angka yang nilainya dapat berubah ubah, data ini ada dua macam yaitu data diskrit dan data kontinu (Boediono. and Koster 2001). Data kuantitatif penelitian ini berupa kuisioner ke seluruh pengguna aplikasi *mobile shopping* memenuhi kriteria serta bersedia mengisi kuisioner dan mengembalikan data kuisioner yang telah diisi.

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Teknik pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data survey dengan mengumpulkan informasi dari responden melalui kuesioner yang dibagikan secara langsung dan secara online melalui googleform untuk memperoleh data yang lebih cepat dan efektif. Menurut (Sugiyono 2010) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab.

3.5 Definisi dan Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel menggunakan Skala Likert untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial, berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti. Skala ini biasa diaplikasikan dalam angket dalam penelitian survei deskriptif yang digunakan sebagai indikator pertanyaan yang berhubungan dengan variabel penelitian dengan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan pada setiap butir (Budiaji 2013) . Pengukuran variabel dengan skala Likert 5 Point: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, dan (5) sangat setuju. Semakin tinggi jumlah poin maka semakin tinggi variabel mewakili

peminatan penggunaan aplikasi *mobile shopping*. Variabel dan definisinya sebagai berikut :

3.5.1 *Performance Expectancy*

Performance expectancy merupakan tingkat responden meyakini bahwa menggunakan aplikasi *mobile shopping* dapat membantu mendapatkan keuntungan menghasilkan kinerja maksimal, pengukuran menggunakan skala likert yang terdiri dari sangat setuju (skor 5) sampai dengan sangat tidak setuju (skor 1). Semakin banyak responden yang menjawab sangat setuju artinya semakin tinggi ekspektasi bahwa menggunakan aplikasi *mobile shopping* akan membantu meningkatkan kinerja. Variabel ini diukur dengan 4 pertanyaan menggunakan skala Likert dari (Venkatesh et al. 2003). Harapan kinerja memiliki 4 indikator yaitu:

1. Kesesuaian Kinerja
2. Motivasi Ekstrinsik
3. Manfaat yang dirasakan
4. Keuntungan relatif

3.5.2 *Effort expectancy*

Effort expectancy adalah merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan responden terhadap pengguna aplikasi *mobile shopping* dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu), pengukuran menggunakan skala likert yang terdiri dari sangat setuju (skor 5)

sampai dengan sangat tidak setuju (skor 1). Semakin banyak responden yang menjawab sangat setuju artinya semakin tinggi anggapan bahwa peminatan penggunaan aplikasi *mobile shopping* karena kemudahannya. Variabel ini diukur dengan 4 pertanyaan menggunakan skala Likert dari (Venkatesh et al. 2003) Harapan kinerja memiliki 4 indikator yaitu:

1. Kenyamanan dalam menggunakan sistem
2. Kemudahan penggunaan aplikasi
3. Kemudahan penggunaan aplikasi
4. Mengurangi Upaya (waktu dan tenaga)

3.5.3 *Social influence*

Social influence adalah tingkat kepercayaan adanya seseorang, ataupun orang lain yang dapat mempengaruhi perilaku menggunakan aplikasi *mobile shopping*, pengukuran menggunakan skala likert yang terdiri dari sangat setuju (skor 5) sampai dengan sangat tidak setuju (skor 1). Semakin banyak responden yang menjawab sangat setuju artinya semakin tinggi pengaruh kondisi sosial, orang-orang dan lingkungan disekitarnya yang menganjurkan untuk menggunakan aplikasi *mobile shopping*. Variabel ini diukur dengan 4 pertanyaan menggunakan skala Likert dari (Venkatesh et al. 2003). Kondisi sosial memiliki 4 indikator yaitu :

1. Besarnya dukungan orang sekitar

2. Besarnya dukungan orang sekitar
3. Memberikan manfaat dan dapat mendukung pelaksanaan tugas
4. Saran keluarga

3.5.4 *Behavioral Intention*

Behavioral Intention adalah niat perilaku konsumen terhadap produk atau jasa yang berupa dari hasil kepuasan yang dirasakan konsumen terhadap produk atau jasa yang telah diberikan oleh penyedia jasa. Variabel ini diukur dengan 3 pertanyaan menggunakan skala Likert. Indikator niat perilaku yaitu Keinginan pemakai menggunakan secara terus menerus.

3.6 Alat Pengumpulan Data

Data diperoleh dengan alat pengumpulan angket berupa kuesioner yang berisi pertanyaan mewakili variabel penelitian yang diberikan kepada responden. Responden cukup memilih jawaban pada kolom yang telah tersedia sesuai dengan keadaan dirinya.

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Uji Kualitas Data

Data yang dipakai adalah data kuesioner untuk mengamati indikator dari variabel. Untuk mengetahui data kuesioner yang sudah dikumpulkan tepat dan dapat diandalkan maka harus dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas (Kartiningtyas 2017).

1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu alat pengujian terhadap kuesioner untuk mengukur ketepatan, kecermatan, dan berlakunya suatu data kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sebuah item dalam kuesioner menunjukkan validitas indikator jika nilai r hitung $>$ r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu alat uji untuk mengukur kepercayaan kuesioner dapat diandalkan untuk pengukuran jawaban stabil dari waktu ke waktu. metode yang sering digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha*. Jadi, jika semakin tinggi nilai *Cronbach's Alpha* maka tingkat reliabilitas data semakin baik. Kuesioner atau instrumen dinyatakan reliabel jika diperoleh nilai Cronbach Alpha $>$ 0,60.

3.8 Desain Analisis Data

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mendapatkan kepastian bahwa data memiliki ketepatan, tidak bias, dan konsisten.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memperlihatkan bahwa sampel yang diambil telah mewakili populasi sudah terdistribusi dengan normal (Murniati et al. 2013). Teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas ialah Uji Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan terdistribusi normal jika nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* $> \alpha$.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut (Murniati et al. 2013) adalah alat uji model regresi untuk menemukan adanya hubungan antar variabel independen. Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji regresi, dengan nilai collinierity statistics yaitu nilai VIF dan nilai tolerance. Berikut adalah kriteria yang akan digunakan:

- a. Jika Nilai VIF disekitar angka 1-10 atau memiliki *tolerance* mendekati 1 maka tidak terdapat masalah multikolinearitas
- b. Jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastitas menurut (Perdana K 2016) adalah alat uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika terjadi persamaan maka disebut Homokedastisitas dan jika beda disebut Heterokedastisitas. Menurut (Murniati et al. 2013) pengujian dilakukan dengan uji Glejser, jika nilai sig > alpha (α) maka tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Model Fit (Uji F)

Uji Model Fit digunakan untuk menguji hubungan antara satu variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Uji model fit digunakan sebelum melakukan uji hipotesis untuk menjelaskan hasil yang sedang diteliti. Jika nilai probabilitas sig < α maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Behavioral Intention.

5. Koefisien Determinasi

Menurut (Ghozali, 2009) koefisien determinasi (R^2) yaitu kemampuan variabel bebas menjelaskan varian variabelnya. Menurut (Murniati et al. 2013) untuk memperlihatkan hasil dilihat dari nilai adjusted R square tabel Model Summary jika mempunyai

nilai $R = 0-1$ dimana semakin mendekati nilai 1, dapat simpulkan bahwa semakin tinggi maka semakin baik dan mampu menjelaskan varians variabel terikatnya.

3.9 Uji Hipotesis

Untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel maka dilakukan uji regresi berganda dengan bantuan program SPSS. Pengujian ini digunakan untuk menguji hubungan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial terhadap pengaruh peminatan penggunaan aplikasi *mobile shopping* melalui model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* di Kota Semarang.

$$\text{Model Penelitian} = Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan :

a = Konstanta

$\beta_1-\beta_3$ = Koefisien Regresi

Y = *Behavioral Intention*

X_1 = *Performance Expectancy*

X_2 = *Effort Expectancy*

X_3 = *Social Influence*

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh X_1 , X_2 , dan X_3 secara individu (sendiri-sendiri) terhadap BI. Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika nilai $\text{sig} \leq \alpha$ (0,05) dan nilai $\beta_1 - \beta_3 > 0$ $H_1 - H_3$ diterima artinya ada pengaruh.
- b. Jika nilai $\text{sig} > \alpha$ (0,05) dan nilai $\beta_1 - \beta_3 < 0$ $H_1 - H_3$ tidak diterima artinya tidak ada pengaruh.

