

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Lokasi Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah pengguna *e-wallet* untuk transaksi transportasi online di Semarang.

Lokasi penelitian di kota Semarang, kota Semarang dipilih karena penelitian sebelumnya belum ada di kota Semarang dan objeknya berbeda.

3.2 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Convenience sampling*, *Convenience sampling* adalah metode pengambilan sampel secara nyaman dimana dilakukan dengan memilih sampel secara bebas sekehendak peneliti (Sugiyono, 2014).

Teknik yang digunakan untuk penentuan jumlah sampel adalah Quota sampling, penggunaan teknik ini dikarenakan populasi yang tidak diketahui yang menggunakan layanan transportasi online di kota Semarang. Berdasarkan Sugiyono 2016 jumlah sample yang cukup untuk pengambilan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang menggunakan aplikasi *e-wallet* pada konsumen transportasi online di kota Semarang. Alasan pemilihan sampel 100 orang responden sesuai dengan syarat sampel minimum. (Sugiyono,2016)

Metode sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu peneliti menggunakan kriteria tertentu yang diinginkan peneliti untuk memilih anggota

populasi yang dapat memberikan informasi yang diperlukan dan diinginkan oleh peneliti. Kriteria yang diinginkan adalah masyarakat di kota Semarang yang pernah ataupun belum pernah menggunakan *e-wallet* layanan transportasi online.

3.3 Jenis dan Sumber data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari responden tanpa perantara. Sumber data diperoleh dari hasil jawaban responden dengan mengisi kuesioner atau *google form* yang dibagikan secara langsung

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.4.1 Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan atau Manfaat yang diperoleh merupakan persepsi konsumen terhadap seberapa besar yang akan diterima saat menggunakan *e-wallet*. Dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan kuesioner. Menurut Chau dan Lai (2003), Terdapat 4 indikator dalam mengukur variabel ini yaitu:

1. Kecepatan dalam melakukan kegiatan transaksi
2. Kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi

3. Keefektifan dalam layanan transportasi online
4. Keefisienan dalam layanan transportasi online

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert. Dimana dilihat dari pengukuran penilaian para nasabah mulai dari SS (Sangat Setuju) dengan skor 5, S (Setuju) dengan skor 4, R (Ragu-ragu) dengan skor 3, TS (Tidak Setuju) dengan skor 2 hingga STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1. Semakin banyak responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) maka semakin tinggi manfaat yang didapatkan.

3.4.2 Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan yang diperoleh merupakan persepsi konsumen terhadap seberapa besar yang akan diterima saat menggunakan *e-wallet*. Dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan kuesioner. Menurut Chau dan Lai (2003), terdapat 3 indikator dalam mengukur variabel ini yaitu:

1. Kemudahan dalam mempelajari *e-wallet*
2. Kemudahan dalam mengoperasikan *e-wallet*
3. Kepercayaan bahwa *e-wallet* mudah digunakan.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert. Dimana dilihat dari pengukuran penilaian para nasabah mulai dari SS (Sangat Setuju) dengan skor 5, S (Setuju) dengan skor 4, R (Ragu-ragu) dengan skor 3, TS (Tidak Setuju) dengan skor 2 hingga STS (Sangat Tidak Setuju) dengan

skor 1. Semakin banyak responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) maka semakin tinggi tingkat kemudahannya.

3.4.3 Sikap penggunaan (*Attitude Toward Using*)

Sikap yang diperoleh merupakan persepsi konsumen terhadap seberapa besar yang akan diterima saat menggunakan e-wallet. Menurut Chau dan Lai (2003), terdapat 3 indikator dalam mengukur variabel ini yaitu:

1. Keinginan dalam menggunakan *e-wallet*
2. Keuntungan dalam menggunakan *e-wallet*
3. Kesenangan dalam menggunakan *e-wallet*

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert. Dimana dilihat dari pengukuran penilaian para nasabah mulai dari SS (Sangat Setuju) dengan skor 5, S (Setuju) dengan skor 4, R (Ragu-ragu) dengan skor 3, TS (Tidak Setuju) dengan skor 2 hingga STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1.

3.4.4 Niat penggunaan (*Behavioral Intention to Use*)

Intensi perilaku niat penggunaan yang diperoleh merupakan persepsi konsumen terhadap seberapa besar yang akan diterima saat menggunakan *e-wallet*. Menurut Udo et.al (2008), terdapat 5 indikator dalam mengukur variabel ini yaitu:

1. Ketertarikan menggunakan *e-wallet* secara berkala.
2. Terus menggunakan *e-wallet* pada pihak penyelenggara transportasi online yang sama.

3. Ketertarikan untuk berpindah pada bank lain penyedia *e-wallet*
4. Menginformasikan kepada orang lain.
5. Minat memberikan saran kepada penyelenggara transportasi online untuk perbaikan.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert. Dimana dilihat dari pengukuran penilaian para nasabah mulai dari SS (Sangat Setuju) dengan skor 5, S (Setuju) dengan skor 4, R (Ragu-ragu) dengan skor 3, TS (Tidak Setuju) dengan skor 2 hingga STS (Sangat 24 Tidak Setuju) dengan skor 1. Semakin banyak responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) maka semakin tinggi minatnya.

3.4.5 Penggunaan sistem (*Actual Use*)

Penggunaan sistem yang diperoleh merupakan persepsi konsumen terhadap seberapa besar yang akan diterima saat menggunakan *e-wallet*. Menurut Anggraeni (2015), terdapat 2 indikator dalam mengukur variabel ini yaitu:

1. Frekuensi penggunaan *e-wallet*
2. Aktivitas yang digunakan dalam layanan *e-wallet*

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert. Dimana dilihat dari pengukuran penilaian para nasabah mulai dari SS (Sangat Setuju) dengan skor 5, S (Setuju) dengan skor 4, R (Ragu-ragu) dengan skor 3, TS (Tidak Setuju) dengan skor 2 hingga STS (Sangat 24 Tidak Setuju) dengan skor 1.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah melalui penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan langsung kepada responden melalui *google form* yang telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti.

3.6 Teknik Analisis Data

Structural Equation Modeling (SEM) yang dijalankan melalui program AMOS (*Moment Structure Analysis*) merupakan teknik analisis yang digunakan untuk meneliti data pada penelitian ini. SEM sering disebut sebagai *Path Analysis*. Dimensi penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Model statistik penelitian adalah sebagai berikut:

$$PU = a + b_1 PEU \dots\dots\dots(1)$$

$$ATU = a + b_1 PU + b_2 PEU \dots\dots\dots(2)$$

$$BIU = a + b_1 ATU \dots\dots\dots(3)$$

$$AU = a + b_1 BIU \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

PU = *Perceived Usefulness*

PEU = *Perceived Ease of Use*

ATU = *Attitude Toward Using*

BIU = *Behavioral Intention to Use*

a = konstanta

b = koefisien regresi

3.6.1 SEM AMOS

Ada beberapa langkah dalam teknik analisis model SEM yaitu :

Langkah 1 : Pengembangan Model Berdasar Teori

Mengembangkan proses model dengan menghilangkan variabel prediktif. Hasil dari penghapusan yaitu memberikan data yang bisa dievaluasi tentang pentingnya variabel lain.

Langkah 2 & 3 : Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural

Membuat hubungan dengan diagram yang berhubungan dengan variabel indikator yang dilakukan dengan 2 cara, yang diperkirakan secara empiris dan ditentukan. Dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$\text{Variabel Endogen} = \text{Variabel Eksogen} + \text{Variabel Endogen} + \text{Error}$$

Langkah 4 : Menilai Kriteria *Goodness of Fit*

Tiga asumsi untuk mengetahui kelayakan model multivariate yaitu dengan independen data melalui observasi, pemilihan sampel dilakukan secara random, dan adanya hubungan linier.

Goodness of Fit

Goodness of Fit atau uji kesesuaian menguji nilai dari nilai sesungguhnya atau hasil pengamatan nilai. Ada dua cara mengukur *Goodness of Fit* yaitu dengan *absolute fit measures* dan *incremental fit measures* (Ghozali, 2011).

1. *Absolut Fit Measures*

- *Likelihood-Ratio Chi-Square Statistic*

Ukuran dasar kompatibilitas keseluruhan adalah rasio *likelihood-chi-square* (X^2). Jika *chi-square* memiliki nilai lebih besar dari derajat kebebasan, maka

matriks kovarians atau konversi menunjukkan prediksi yang berbeda secara signifikan.

- **CMIN**

The minimum sampel discrepancy function Perbedaan yang ada antara unrestricted sample covariance matrix S dan restricted covariance matrix $\Sigma(\Theta)$ ditunjukkan dengan CMIN. Gambaran bagaimana *likelihood ratio test statistic* secara umum dalam *chi-square* (X^2) *statistics* juga merupakan bagian dari CMIN.

- **GFI**

Goodness of fit index yaitu pengukuran non-statistik yang nilainya berkisar antara 0 (poor fit) hingga 1,0 (perfect fit). Sebuah model dikatakan *fit* atau layak jika memperoleh nilai GFI yang mendekati 1 dan sebaliknya jika nilai GFI mendekati 0 maka model termasuk dalam kriteria buruk.

- **RMSEA**

Root Mean Square Error of Approximation merupakan ukuran yang wajib dipenuhi pada uji kecocokan model, dimana nilai RMSEA bisa dikatakan bagus jika nilai yang diperoleh < 0.08 . Jika nilai yang didapatkan lebih besar dari itu, maka uji kelayakan tidak terpenuhi.

2. Incremental Fit Measures

Incremental Fit Measures merupakan pengukuran tambahan yang dilakukan setelah melakukan uji absolut fit. Uji ini terdiri dari beberapa, antara lain:

- **AGFI**

Adjusted goodness of fit merupakan pengukuran yang mirip dengan pengukuran GFI, namun derajat kebebasan dari AGFI ini sudah disesuaikan. Dengan nilai AGFI >0.90 dapat dikatakan sebuah model layak untuk digunakan dengan kata lain model tersebut baik.

- **TLI / NNFI**

TLI atau dikenal dengan *non-normed fit index* (NNFI) merupakan nilai yang didapatkan dari perbandingan nilai model yang diajukan atau diuji dengan null model. Null model merupakan sebuah model dimana model lainnya harus berada diatas null model. Perbandingan antara nilai yang diajukan dan null model serta nilai TLI ada pada kisaran nilai 0 - 1.0. Sebuah model dikatakan layak atau baik jika memenuhi nilai TLI sebesar > 0.90 .

- **CFI**

Comparative Fit Index merupakan indeks kesesuaian incremental. Besaran CFI ini berkisar antara 0 hingga 1, dimana model dikatakan layak atau *fit* jika memperoleh nilai CFI sebesar >0.90 .

Measurement Model Fit

Kesesuaian model keseluruhan evaluasi, selanjutnya mengukur konstruk unidimensionality dan membangun reliabilitas. Unidimensionality merupakan bagian mendasari penjumlahan konstruk variabel mempunyai kecocokan yang dapat diterima dari satu faktor tunggal (*one dimensional*) model.

Struktural Model Fit

SEM menyajikan bagaimana hasil estimasi dari nilai koefisien, kesalahan standar, dan *critical ratio* pada setiap koefisien. Dengan berdasarkan tingkat signifikansi (0,05), signifikansi dari setiap koefisien statistik dapat dipertimbangkan.

Membandingkan Competing atau Nested Model

Model kompetitif (nested model) yaitu perbandingan antara hasil model dengan berbagai model lain yang tersedia guna menemukan model terbaik. Langkah pertama yang diambil yaitu memulai dengan model awal hingga mengusulkan beberapa model yang mampu meningkatkan model yang sesuai.

Langkah 5 : Model Interpretasi dan Modifikasi

Ketika model telah disetujui, dilanjutkan dengan mempertimbangkan model modifikasi yang disetujui untuk meningkatkan penjelasan *goodness of fit*.

3.6.2 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Dalam analisis kompleks, hal ini digunakan untuk menganalisa pola hubungan antar variabel penelitian guna memahami hubungan langsung atau tidak langsung dari variabel yang terpisah (eksogen) untuk mentransfer variabel (endogen). Dalam *path analysis*, jika variabel yang terjadi adalah laten, maka analisis data yang lebih tepat dengan menggunakan pemodelan SEM. SEM adalah sebuah analisis multivariat yang terkombinasi antara analisis faktor dan analisis jalur. Analisis faktor disini memiliki fungsi untuk menguji hasil validitas dan reliabilitas suatu instrumen (skala pengukuran), sedangkan analisis jalur disini memiliki fungsi untuk membahas hubungan antar variabel.