

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pengguna *e-commerce* model C2C di Semarang.

3.2. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh pengguna *e-commerce* model C2C. Peneliti menentukan jumlah sampel berdasarkan pernyataan *Hair et al.*, (2010) dimana penentuan banyaknya sampel harus disesuaikan berdasarkan indikator pertanyaan pada kuesioner yaitu dengan rumus :

n x 5 observed variable sampai dengan n x 10 observed variable

Dalam penelitian ini jumlah item yang digunakan adalah sebanyak 16 item pertanyaan sehingga jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$n \times 10 \div 16 = 160 \text{ responden}$$

3.3. Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Menurut Sugiyono (2010) data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari pemberi data. Dalam memperoleh data metode yang digunakan adalah data kuantitatif yaitu dengan menyebarkan kuesioner langsung kepada seluruh pengguna *e-commerce* model C2C yang memenuhi kriteria. Menurut Sugiyono (2010) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bentuk angka dari kualitatif. Data kuantitatif penelitian ini berupa kuesioner yang ditujukan kepada seluruh responden pengguna *e-commerce* model C2C.

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah pengumpulan data *survey* dengan mendapatkan informasi dari responden melalui kuesioner. Kuesioner menurut Sugiyono (2010) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner yang dibagikan berupa secara langsung dan secara online melalui *Google Form*.

3.3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pengukuran tiap variabel menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Terdapat 5 point skala pengukuran variabel : (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, dan (5) sangat setuju. Semakin tinggi tingkat jumlah poin maka semakin tinggi pula peminatan penggunaan *e-commerce* model C2C. Variabel dan definisi sebagai berikut:

1. *Performance expectancy*

Performance expectancy (ekspektansi kinerja) merupakan tingkat responden meyakini bahwa menggunakan *e-commerce* model C2C membantu mendapatkan keuntungan menghasilkan kinerja maksimal. Pengukuran variabel diukur dengan 4 pertanyaan menggunakan skala Likert dari Venkatesh et al. (2003). Semakin besar poin maka semakin tinggi pula ekspektasi kinerja dalam menggunakan *e-commerce* model C2C. Indikator dari *performance expectancy* adalah sebagai berikut:

- a. Peningkatan efisiensi
- b. Membuat dapat menjalankan pekerjaan dengan lebih nyaman
- c. Peningkatan efektivitas kerja
- d. Peningkatan produktivitas

2. *Effort expectancy*

Effort expectancy (ekspektasi usaha) merupakan tingkat kemudahan yang diperoleh pengguna *e-commerce* model C2C yang dapat mengurangi upaya tenaga dan waktu. Pengukuran variabel diukur dengan 4 pertanyaan menggunakan skala Likert dari Venkatesh et al. (2003). Semakin besar poin maka semakin tinggi pula ekspektasi kemudahan dalam menggunakan *e-commerce* model C2C.

- a. Kemudahan mempelajari model
- b. Model mudah dipahami
- c. Informasi yang jelas dalam model
- d. Kemudahan penggunaan model

3. *Social influence*

Social influence (pengaruh sosial) merupakan tingkat kepercayaan responden menggunakan *e-commerce* model C2C karena dipengaruhi orang lain. Pengukuran variabel diukur dengan 4 pertanyaan menggunakan skala Likert dari Venkatesh et al. (2003). Semakin besar poin maka semakin tinggi pula pengaruh sosial dalam menggunakan *e-commerce* model C2C.

Indikator *social influence* adalah:

- a. Teman memberikan pengaruh untuk menggunakan
- b. Keluarga memberikan pengaruh untuk menggunakan
- c. Banyak orang yang telah menggunakan model
- d. Penggunaan model membantu banyak orang

4. *Faciliating conditions*

Faciliating conditions (kondisi yang memfasilitasi) merupakan faktor-faktor obyektif yang memudahkan pengguna menggunakan *e-commerce* model C2C. Pengukuran variabel diukur dengan 4 pertanyaan menggunakan skala Likert dari Venkatesh et al. (2003). Semakin besar poin maka semakin banyak pula kondisi yang memfasilitasi dalam menggunakan *e-commerce* model C2C. Indikator *facilitating conditions* adalah:

- a. Sumber daya yang cukup
- b. Model mudah dipahami
- c. Kompatibilitas sistem yang digunakan saat ini
- d. Bantuan dari penyedia layanan

5. Minat penggunaan *e-commerce* model C2C

Minat penggunaan *e-commerce* model C2C berarti seberapa tingkat niat responden menggunakan *e-commerce* model C2C untuk berbelanja. Pengukuran variabel diukur dengan 4 pertanyaan menggunakan skala Likert dari Venkatesh et al. (2003). Semakin besar poin maka semakin tinggi pula niat responden dalam menggunakan *e-commerce* model C2C.

Indikator minat penggunaan adalah:

- a. Keinginan untuk menggunakan di masa depan
- b. Harapan untuk menggunakan secara aktual
- c. Perencanaan jika menggunakan model

d. Kemauan untuk membayar model tersebut

3.4. Metode Analisis Data

3.4.1. Uji Kualitas Data

Penelitian menggunakan kuesioner perlu menguji ketepatan dan keandalan. Tujuan uji kualitas data adalah untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data. Menurut Ghozali (2016), uji kualitas data melalui kuesioner harus melalui dua uji kualitas data yaitu Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

3.4.1.1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur apakah pertanyaan pada kuesioner dapat mengukur ketepatan dan kecermatan. Metode yang digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai *Cronbach's Alpha if item Deleted* masing-masing indikator \leq dari nilai *Cronbach's Alpha* instrumen (Murniati dkk., 2013:34).

3.4.1.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan kuesioner dapat diandalkan. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden

terhadap kuesioner tersebut stabil dari waktu ke waktu. Metode yang digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel ketika nilai *Cronbach's Alpha* di antara 0,7-0,9 sementara jika nilai *Cronbach's Alpha* di antara 0,5-0,7 berarti kuesioner dikatakan reliabel moderat (Murniati dkk., 2013:34).

3.4.2. Uji Asumsi Klasik

Untuk membuktikan apakah uji hipotesis dengan memakai persamaan regresi berganda telah memiliki estimasi yang tepat, konsisten dan tidak bias maka digunakan Uji Asumsi Klasik (Ghozali, 2016). Alat Uji Asumsi Klasik dalam penelitian ini berupa Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinearitas, Uji Model Fit (Uji F), dan Koefisien Determinasi (R^2)

3.4.2.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Data dikatakan normal apabila nilai probabilitas (sig) *Kolmogorov-Smirnov* $> 0,05$ (Murniati dkk., 2013:62).

3.4.2.2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti situasi dimana variabel independen bervariasi pada data yang dimiliki. Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji ketidaksamaan varians dari residual antar pengamatan. Uji ini dilakukan dengan Uji Glejser, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas sementara jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas (Murniati et al., 2013).

3.4.2.3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel independen. Model regresi seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel. Untuk mengetahui adanya multikolinearitas antar variabel independen maka dapat dilihat melalui *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Sebuah model regresi dikatakan bebas dari multikolinearitas ketika nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 .

3.4.2.4. Uji Model Fit (Uji F)

Uji Model Fit digunakan untuk menguji hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen baik

satu atau lebih. Jika nilai probabilitas $\text{sig} < \alpha$ (5%) maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel Minat menggunakan *e-commerce* model C2C.

3.4.2.5. Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2016), Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kesesuaian regresi berganda terhadap suatu data. Ketika nilai $R = 0 - 1$ dimana semakin dekat nilai 1 maka semakin baik menjelaskan varians variabel terikatnya.

3.5. Uji Hipotesis

Alat uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda (*multiple regression*) untuk menguji hubungan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi terhadap pengaruh minat penerimaan dan penggunaan *e-commerce* model C2C melalui model *Unified Theory of Acceptance And Use of Technology* (UTAUT).

$$\text{Model penelitian} = Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan =

a = Konstanta

$\beta_1 - \beta_4$ = Koefisien Regresi

Y = *Behavior Intention* (Minat menggunakan *e-commerce* model C2C)

X_1 = *Performance Expectancy*

X_2 = *Effort Expectancy*

X_3 = *Social Expectancy*

X_4 = *Facilitating Conditions*

e = *Error*

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai $\text{sig} \leq \alpha$ (0,05) maka nilai $\beta_1 - \beta_4 > 0$ maka H_1-H_4 diterima (ada pengaruh).
- b. Jika nilai $\text{sig} > \alpha$ (0,05) maka nilai $\beta_1 - \beta_4 < 0$ maka H_1-H_4 ditolak (tidak ada pengaruh).