

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan filosofi postivisme sebagai metode ilmiah dikarenakan memenuhi kaidah-kaidah keilmuan yang konkrit, terukur, obyektif, rasional, dan sistematis. Metode kuantitatif bertujuan guna mengukur hipotesis yang sudah ditentukan sebelumnya dengan memeriksa populasi dan sampel tertentu, mengumpulkan dan menganalisis data dengan menggunakan instrument penelitian, dan juga menganalisa data bersifat statistik dan kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dikarenakan penelitian ini menggunakan angka dalam perhitungan statistik dan bertujuan guna menguji hipotesis yang sudah ada (Sugiyono, 2018)

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *e-kuisoner* melalui *google form* yang sifatnya tertutup dan terjaga rahasianya. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert (1-4). Penelitian ini menggunakan obyek seluruh Mahasiswa STIE Malangkecewara yang tergabung dalam ABM *Preneur*.

### **3.2 Populasi dan Sampel**

#### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Kita dapat mengamati setiap anggota populasi guna mengetahui sifat populasi yang berhubungan (Morissan, 2012). Beralasan tujuan, penelitian, populasi didalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa STIE Malangkecewara yang tergabung dalam ABM *Preneur*.

#### **3.2.2 Sampel**

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2018). Sampling adalah suatu teknik

pemungutan sampel yang digunakan di penelitian. Teknik ini adalah teknik *Stratified purposive random sampling*. *Stratified purposive random sampling* yaitu teknik cara pengambilan sampel dengan menggunakan seleksi khusus dan diurutkan berdasarkan kriteria. Peneliti membuat kriteria tertentu untuk seseorang yang akan dijadikan informan. Berikut ini adalah kriteria sampel yang peneliti tentukan :

1. Mahasiswa STIE Malangkececwara yang tergabung dalam *ABM Preneur*.
2. Mahasiswa yang menjalankan usaha mikro kecil dan menengah.
3. Mengetahui atau pernah mempergunakan *Paylater*.

Penentuan jumlah sampel minimal dalam penelitian ini menggunakan Teknik Slovin menurut (Sugiyono, 2013). Jumlah populasi dalam penelitian ini ada 71 orang Mahasiswa STIE Malangkececwara, dan didapatkan sampel sebanyak 60 orang. Jumlah sampel diperoleh dari rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

e = margin error yang ditoleransi

### **3.3 Variabel Operasional dan Pengukuran**

#### **3.3.1 Variabel Independen**

Variabel Independen adalah variabel yang memiliki faktor yang bisa memengaruhi variabel dependen. Di penelitian ini terdapat 2 variabel independent yaitu :

##### **1. Persepsi Manfaat**

Persepsi manfaat adalah kecondongan seseorang guna menggunakan teknologi dan percaya dengan adanya teknologi akan membantu mereka melakukan pekerjaannya dengan lebih baik (Indarsin dan Ali, 2017). Persepsi kemanfaatan adalah manfaat yang dirasakan untuk setiap orang yang memakai teknologi baru guna meningkatkan atau memperbaiki kinerja (Jahangir dan Begum, 2008).

##### **2. Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Persepsi Kemudahan Penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya disaat menggunakan teknologi akan bisa mengurangi upaya yang tidak semestinya (Indarsin dan Ali, 2017).

#### **3.3.2 Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah variabel yang akan dipengaruhi oleh variabel independent atau variabel bebas. Di penelitian ini variabel dependen yang dipilih adalah minat pengguna *Paylater*.

##### **1. Minat**

Minat adalah suatu hal yang timbul setelah menerima stimulus dari suatu produk yang dilihat, maka setelah itu akan timbul adanya minat guna mencoba produk tersebut, dan kemudian timbul keinginan guna membeli dan memiliki produk tersebut (Kotler, 2012).

### 3.3.3 Variabel Moderasi

Variable moderasi yaitu variabel yang dapat mempengaruhi (mempercepat atau memperlambat dan atau memperkuat atau memperlemah) hubungan diantara variabel independen dan dependen. Variabel ini juga dikenal dengan sebutan variabel independent kedua (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini menggunakan variabel moderasi Daya Tarik Promosi guna mengetahui dalam memperkuat variabel Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat pengguna *Paylater*. berikut ini adalah penjabarannya :

#### 1. Daya Tarik Promosi

Daya tarik promosi didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan guna meningkatkan peningkatan barang atau jasa dari pelaku usaha sampai pada penjualan akhir (Lumpiyoadi, 2013). Promosi adalah kegiatan yang mengkomunikasikan kelebihan suatu produk dan mendorong konsumen guna membeli produk tersebut (Kotler dan Armstrong 2014). Daya tarik promosi dapat memberitahukan perihal suatu produk, guna membantu meningkatkan pemasaran, membedakan produk dari pesaing bisnis, membuat citra suatu produk, dan mempengaruhi konsumen dalam putusan membeli suatu produk (Meiliani,2015).

### 3.3.4 Variabel, Operasional, dan Pengukuran

Berikut ini adalah variabel operasional yang sudah peneliti tentukan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert 1-4 poin. Angka 1 artinya sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 setuju, 4 sangat setuju.

Tabel 3. 1. Variabel, Operasioanl, dan Pengukuran

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Persepsi Manfaat (X1)	1. Mempermudah transaksi 2. Mempercepat transaksi	Likert

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
	3. Memberikan keuntungan dalam bertransaksi (Yang et al., 2015)	
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	1. Mudah dipelajari. 2. Mudah digunakan. 3. Jelas dan mudah. (Menurut Davis yang dikutip oleh (Guritno dan Siringoringo, 2013))	Likert
Minat Pengguna <i>E-wallet</i> (Y)	1. Tertarik terhadap obyek minat. 2. Perasaan senang. 3. Kecenderungan untuk menggunakan. (Menurut Walgito yang dikutip dari Rodiah (2020:36))	Likert
Daya Tarik Promosi (Z)	1. Jangkauan promosi 2. Kuantitas penayangan iklan di media promosi 3. Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi (Sugiyono, 2010).	Likert

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari subjek, dimana peneliti mengumpulkan data atau informasi secara langsung melalui instrument yang telah ditentukan (Indrianto dan Supomo, 2013).
2. Data Sekunder adalah data primer yang dikumpulkan baik oleh pengumpulan data primer maupun oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel dan grafis (Husein Umar, 2013).

Pada penelitian ini menggunakan data primer dari hasil kuisioner yang peneliti kumpulkan dari para responden. Penelitian ini juga mempergunakan data sekunder dari bahan dokumenter yang peneliti gunakan untuk mendukung literatur dan penelitian yang ada sebelumnya.

### **3.5 Prosedur Analisis**

#### **3.5.1 Statistik Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah analisis yang memiliki tujuan untuk mengenali karakteristik data. Analisis deskriptif merupakan sebuah analisis statistic yang dirancang guna menganalisis data menggunakan cara menggambar atau mendeskripsikan data yang sudah terkumpul begitu saja tanpa membuat kesimpulan umum. Di analisis deskriptif ini juga membahas tentang bagaimana cara menyajikan data dalam bentuk grafik, tabel, scatterplot, dan rata-rata dengan cara mudah dibaca dan cepat untuk memberikan informasi (Sugiyono, 2018).

#### **3.5.2 Model Pengukuran (*Outer Model*)**

Outer model yaitu untuk mengukur seberapa baik indikator menjelaskan variabel laten. Untuk menguji indikator reflektif pada penelitian ini menggunakan uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit (Antoro & Hermuningsih, 2018). Pada model pengukuran ini dilakukan dua jenis pengukuran, yaitu sebagai berikut.

##### **3.5.2.1 Uji Validitas**

###### **a. *Convergent Validity***

Tujuan *Convergent Validity* adalah guna mengetahui validitas hubungan antara indikator dan konstruk atau variabel laten. Untuk melakukan pengujian *Convergent Validity*, dapat dievaluasi berdasarkan *loading factor* atau *outer loadings*. Batas *loading factor* yang digunakan untuk sebuah penelitian sebesar 0,70. Suatu indikator dapat dinyatakan validitas konvergen dan tingkat validitasnya tinggi jika nilai *outer loadings*  $> 0,70$ . Tetapi jika nilai *outer loadings* adalah 0,5 – 0,6 maka masih bisa diterima (Sugiyono, 2016).

b. *Discriminant Validity*

Uji validitas diskriminan dapat dilihat melalui nilai *cross loading* dengan variabel latennya. Dapat dikatakan valid jika nilai *cross loading* indikator pada setiap variabel laten harus lebih besar dibandingkan dengan variabel laten lainnya. Metode lain untuk melihat hasil uji validitas diskriminan yaitu dengan melihat nilai AVE. Nilai AVE dikatakan baik jika nilainya lebih tinggi dari nilai korelasi dengan semua konstruk lainnya. Nilai AVE dapat dikatakan valid apabila nilai  $AVE > 0,5$  (Hair Jr, 2010).

c. Uji Reliabilitas

Tujuan dari uji reliabilitas adalah guna mengetahui keakuratan suatu fungsi alat ukur yang digunakan. Untuk melihat hasil nilai dari uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *composite reliability*. Dianggap reliabel apabila nilainya  $> 0,7$  dan *crobach alpha nya*  $> 0,5$ . Apabila hasilnya menunjukkan reliabel dapat disimpulkan indikator variabel tersebut memiliki korelasi yang cukup tinggi.

### 3.5.2.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model atau model struktural digunakan untuk memprediksi hubungan kausal (hubungan sebab akibat) antara

variabel laten atau tidak terukur secara langsung. Terdapat beberapa pengujian model struktural dapat yaitu R-square untuk struktur endogen (Sekaran & Bougie, 2016).

a. R-square

R-square adalah nilai yang menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen (Hair et al., 2011). Haie et al menyatakan bahwa nilai R-square sebesar 0,75 termasuk dalam kategori kuat, nilai R-square sebesar 0,50 termasuk dalam kategori sedang, dan nilai R-square sebesar 0,25 termasuk dalam kategori lemah (Hair et al., 2011). Semakin tinggi nilai R-square maka semakin baik model penelitian tersebut.

b. Uji Hipotesis

Tujuan Pengujian hipotesis untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Saat menguji statistic dalam *software* SmartPLS setiap variabel dapat menggunakan simulasi hipotesis. Uji ini dilakukan dengan metode *bootstrap* dalam sampel penelitian. *Bootstrap* ini dapat digunakan untuk guna meminimalkan *outlier* dalam data survei. Pengujian hipotesis ini dipresentasikan dalam koefisien jalur yang menunjukkan nilai koefisien jalur dari tingkat signifikansi pengujian hipotesis (Antoro & Hermuningsih, 2018). Untuk menguji statistic menggunakan t-statistik atau uji t, oleh karena itu data yang terdistribusi itu bebas dan tidak membutuhkan asumsi data sitribusi yang normal. Uji metode ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t-tabel dengan nilai t-statistik yang didapatkan dari hasil bootstrapping (Solihin & Ratmono, 2021). Diterimanya hipotesis apabila nilai t-statistik lebih besar dari nilai t-tabel

(1,97) dan taraf signifikansinya 5% atau p-value  $\alpha=5\%$ , p-value = 0,05 (Ghozali & latan, 2015).