

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan manajemen pemasaran untuk menganalisis tentang bagaimana pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* pada. Objek penelitian sebagai variabel bebas (eksogen) dalam penelitian ini adalah *perceived ease of use* (X_1) yang terdiri dari *Easy to learn* ($X_{1.1}$), *Controllable* ($X_{1.2}$), *clear and understandable* ($X_{1.3}$), *flexible* ($X_{1.4}$), *easy to become skillful* ($X_{1.5}$) dan *perceived usefulness* (X_2) diantaranya *Value* ($X_{2.1}$), *Effectiveness* ($X_{2.2}$), dan *advantage* ($X_{2.3}$) (Xiong et al., 2016). Adapun variabel terikat (endogen) dalam penelitian ini adalah *behavioral intention to use* (Y) dengan dimensi *use to assist activities* (Y_1), *use often* (Y_2), dan *use in future* (Y_3) (Fatima et al., 2017).

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna Ovopaylater di Indonesia. Penelitian ini menggunakan *cross sectional study* karena pengumpulan data hanya dilakukan sekali pada satu saat (Siyoto, 2015). Periode pengumpulan data penelitian ini akan dilakukan kurang dari satu tahun yaitu pada 2 Januari 2023 hingga 2 Agustus 2023.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu, biasanya karakteristik kelompok yang relevan, seperti, konsumen, penjual, organisasi, atau daerah pasar (Malhotra, 2015). Melalui penelitian deskriptif maka dapat diperoleh secara terperinci gambaran mengenai pandangan responden tentang *perceived ease of use* yang terdiri dari *easy to learn*, *controllable*, *clear and understandable*, *flexible*, *easy to become skillful* dan *perceived usefulness* diantaranya *value*, *effectiveness*, *advantage*. Serta gambaran *behavioral intention to use* yaitu *use to assist activities*, *use often*, dan *use in future*.

Daffa Noor Salim, 2023

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilaksanakan untuk menguji kebenaran ilmu-ilmu yang telah ada, berupa konsep, prinsip, prosedur, dalil, maupun praktek dari ilmu itu sendiri (Arifin, 2014). Penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use*, pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use*, serta pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* pada pengguna Ovopaylater di Indonesia.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, maka metode penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Metode ini dilakukan melalui pengumpulan informasi menggunakan kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap penelitian.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah proses pengubahan atau penguraian konsep atau konstruk menjadi variabel terukur yang sesuai untuk pengujian (Cooper & Schindler, 2014).

Dalam suatu penelitian agar dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis perlu diadakan penjabaran konsep melalui operasional variabel. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini terdiri dari variabel eksogen diantaranya meliputi *perceived ease of use* (X_1) yang terdiri dari *easy to learn* ($X_{1.1}$), *controllable* ($X_{1.2}$), *clear and understandable* ($X_{1.3}$), *flexible* ($X_{1.4}$), *easy to become skillful* ($X_{1.5}$) (Davis, 1989) dan *perceived usefulness* (X_2) diantaranya *value* ($X_{2.1}$), *effectiveness* ($X_{2.2}$), *advantage* ($X_{2.3}$), dan *communication* ($X_{2.4}$) (Lim et al., 2016; Noviarni, 2017). Adapun variabel terikat (endogen) dalam penelitian ini adalah *behavioral intention to use* (Y) dengan dimensi *use to assist activities* (Y_1), *use often* (Y_2), *use in future* (Y_3) (Fatima et al., 2017).

Secara lebih rinci operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini dapat terlihat pada Tabel 3.1 berikut ini.

TABEL 3. 1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item		
1	2	3	4	5	6	7		
<i>Perceived ease of use</i> (X ₁)	<i>Easy to learn</i>	<i>Easy to learn</i> adalah suatu teknologi dapat dengan mudah dipelajari (Davis, 1989).	Kemudahan mempelajari	Tingkat kemudahan mempelajari fitur	Interval	1		
				Ovopaylater				
			Kemudahan memahami fitur	Tingkat kemudahan memahami fitur	Interval	2		
				Ovopaylater				
			Kontrol	<i>Controllable</i> adalah suatu teknologi dapat dikendalikan dan diaplikasikan sesuai dengan keinginan konsumen (Davis, 1989).	Kontrol	Tingkat keinginan konsumen mengendalikan fitur	Interval	3
						Ovopaylater		
Ketersediaan informasi	<i>Clear and understandable</i> merupakan teknologi secara jelas memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen (Davis, 1989).	Ketersediaan informasi	Tingkat ketersediaan informasi dari fitur	Interval	5			
			Ovopaylater					
Kejelasan informasi	<i>Clear and understandable</i> merupakan teknologi secara jelas memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen (Davis, 1989).	Kejelasan informasi	Tingkat kejelasan informasi dari	Interval	6			
			Ovopaylater					

Daffa Noor Salim, 2023

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			fitur Ovopaylater			
	<i>Flexible</i>	<i>Flexible</i> berarti dapat digunakan kapanpun dan dimanapun (Davis, 1989).	Fleksibel	Tingkat fleksibilitas penggunaan fitur Ovopaylater	Interval	7
	<i>Easy to become skillful</i>	<i>Easy to become skillful</i> merupakan perpaduan dari faktor easy to use dan easy to remember (Davis, 1989).	Kemudahan menggunakan	Tingkat kemudahan untuk menggunakan fitur Ovopaylater	Interval	8
			Kemudahan mengingat	Tingkat kemudahan mengingat fitur Ovopaylater	Interval	9
	<i>Perceived usefulness</i> adalah kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka yang berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas system dan kegunaan dalam tugas secara menyeluruh (Lim et al., 2016; Noviarni, 2017)					
	<i>Value</i>	Pelanggan mendapatkan manfaat secara finansial apabila membeli secara online, yaitu harga produk atau ongkos kirim yang lebih murah, banyak diskon dan sebagainya (Lim et al., 2016; Noviarni, 2017).	Manfaat finansial	Tingkat kebermanfaatan fitur Ovopaylater secara finansial	Interval	10
<i>Perceived usefulness</i> (X ₂)	<i>Effectiveness</i>	efisiensi waktu dan jarak, dimana pelanggan ketika membeli secara online tidak perlu	Efisiensi waktu	Tingkat efisiensi waktu menggunakan fitur Ovopaylater	Interval	11
			Efisiensi jarak	Tingkat efisiensi jarak dalam	Interval	12

Daffa Noor Salim, 2023

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		membuang banyak waktu untuk melihat-lihat, memilih dan memesan produk, dan juga tidak perlu datang ke untuk melihat-lihat, memilih, memesan dan mengambil produk (Lim et al., 2016; Noviarni, 2017).		memesan dan membeli produk menggunakan fitur Ovopaylater		
	<i>Advantage</i>	peningkatan produktivitas kerja, dimana pelanggan dapat membeli secara online sambil melanjutkan aktivitas kerjanya, atau bahkan dapat meningkatkan kinerjanya (Lim et al., 2016; Noviarni, 2017)	Mempermudah pekerjaan	Tingkat kemampuan perusahaan dalam meningkatkan produktifitas kerja pengguna fitur Ovopaylater	Interval	13
			Kualitas hidup	Tingkat kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kualitas hidup pengguna fitur Ovopaylater	Interval	14
<i>behavioral intention to use</i> tingkat niat seseorang dalam menggunakan suatu layanan atau produk digital (Fatima et al., 2017).						
<i>Behavioral intention to use (Y)</i>	<i>Use to assist activities</i>	Keadaan dimana pengguna berminat menggunakan sebuah sistem untuk membantu kegiatannya (Fatima et al., 2017).	Keinginan menggunakan	Tingkat keinginan konsumenn menggunakan fitur Ovopaylater untuk membantu kegiatannya	Interval	15

<i>Use often</i>	Keadaan dimana pelanggan berminat untuk sering menggunakan sebuah sistem (Fatima et al., 2017).	Keinginan sering menggunakan	Tingkat keinginan konsumen untuk sering menggunakan fitur Ovopaylater	Interval	16
<i>Use in future</i>	Keadaan dimana pelanggan berniat untuk tetap menggunakan sebuah sistem dimasa yang akan datang (Fatima et al., 2017).	Keinginan menggunakan dimasa depan	Tingkat keinginan konsumen untuk menggunakan fitur Ovopaylater di masa depan	Interval	17

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021-2022

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu data primer dan data sekunder, antara lain:

1. Data Primer Menurut McDaniel and Gates (2015) menyatakan bahwa data primer adalah data baru yang dikumpulkan untuk membantu memecahkan masalah dalam penyelidikan atau penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui angket yang disebarakan kepada sejumlah responden sesuai dengan target sasaran yang dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu melalui survei pengguna Ovopaylater di Indonesia.
2. Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan berupa variabel, simbol atau konsep yang dapat mengasumsikan salah satu dari seperangkat nilai (McDaniel & Gates, 2015). Sumber dari data sekunder dalam penelitian ini adalah data literatur, artikel, jurnal ilmiah, *website*, dan berbagai sumber informasi lainnya.

Lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut ini:

TABEL 3. 2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
1.	Tanggapan Responden mengenai <i>perceived ease of use</i> di fitur Ovopaylater	Konsumen	Primer
2.	Tanggapan Responden mengenai <i>perceived usefulness</i> di fitur Ovopaylater	Konsumen	Primer
3.	Tanggapan Responden mengenai <i>behavioral intention to use</i> pada pengguna Ovopaylater	Konsumen	Primer
4.	Bisnis Fintech di Indonesia tahun 2022	(CNBC Indonesia, 2022)	Sekunder
5.	Data lauanan <i>financial</i> terfavorit di Indonesia tahun 2020-2022	(Katadata, 2020, 2021, 2022)	Sekunder
6.	Fitur <i>paylater</i> yang paling banyak digunakan tahun 2019-2022	(Dailysocial.co.id, 2019, 2020, 2021, 2022)	Sekunder
7.	Data tren pencarian google tentang fitur <i>paylater</i> dari tahun 2019-2022	(Google Trends, 2019, 2020, 2021, 2022)	Sekunder

Sumber : Pengolahan data, 2019-2022

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti (Sekaran dan Bougie, 2016). Data populasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis. Didalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Elemen populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti.

Berkaitan dengan itu, Prof. Dr. Sugiyono, (2019:126) mendefinisikan populasi sebagai “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka yang menjadi populasi sasaran pada penelitian ini adalah para *followers* instagram aplikasi OVO Indonesia, dimana jumlah *followers* instagram aplikasi OVO sebanyak 1.042.016 berdasarkan yang peneliti akses pada 7 Desember 2022 pukul 18.56 WIB (Instagram ovo_id, 2022)

3.2.4.2 Sampel

Menurut (Malhotra, 2015) Sampel adalah sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk proyek riset atau berpartisipasi dalam suatu studi. Dalam penelitian kuantitatif, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Prof. Dr. Sugiyono, 2019:127). Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah n .

Dalam penelitian ini, tidak mungkin semua populasi dapat diteliti oleh penulis, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga dan keterbatasan waktu yang tersedia. Oleh karena itu, peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti.

Dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar seperti populasi dari pengguna fitur Ovopaylater, dalam artian sampel tersebut harus representatif atau mewakili dari populasi tersebut.

Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Apabila populasi dalam jumlah besar, tidak mungkin semua populasi dapat diteliti oleh penulis. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan yang disebabkan oleh:

- 1) Keterbatasan biaya
- 2) Keterbatasan tenaga dan waktu yang tersedia

Namun demikian, penelitian ini mengambil sampel berdasarkan pada acuan ukuran sampel minimal dan jumlah variabel yang dirumuskan oleh (Joreskog KG, Daffa Noor Salim, 2023

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1996) sebanyak 200 responden. Perhitungan sampel ini sejalan dengan ukuran sampel untuk model persamaan struktural (SEM) yang diungkapkan (Kelloway, 1998), yaitu paling sedikit 200 responden. (Joreskog KG, 1996) juga menyatakan bahwa hubungan antara banyaknya variabel dan ukuran sampel minimal dalam model persamaan *structural* (sebagai ancer-ancer) dapat dilihat pada Tabel 3.3 mengenai ukuran sampel minimal dan jumlah variabel berikut ini.

TABEL 3. 3
UKURAN SAMPEL MINIMAL DAN JUMLAH VARIABEL

Jumlah Variabel	Ukuran Sampel Minimal
3	200
5	200
10	200
15	360
20	630
25	975
30	1395

Sumber: (Joreskog KG, 1996)

Pengambilan jumlah sampel sebanyak 200 responden dikarenakan bergantungnya SEM pada pengujian-pengujian yang bersifat sensitif terhadap ukuran sampel serta besarnya perbedaan diantara matriks kovarians (Sarjono & Julianita, 2015). Selain itu, untuk mengantisipasi adanya *outliners* data setelah dilakukannya pengambilan sampel. Maka, jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini adalah 200 orang atau responden karena jumlah sampel yang besar sangat kritis untuk mendapatkan estimasi parameter yang tepat.

Berdasarkan yang telah peneliti uraikan, dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil sebanyak 200 orang atau responden. Sasaran dari penelitian ini yaitu kereta api yang mengunjungi *website* kai.id.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Menurut Uma Sekaran (2009:116) “Teknik

sampling adalah teknik pengambilan sampel”. Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik tertentu.

Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2019:128) “Teknik *sampling* pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability Sampling* dan *nonprobability Sampling*”. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap unsur (anggota) populasi memiliki peluang atau kemungkinan yang diketahui untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling* dan *cluster sampling* (Prof. Dr. Sugiyono, 2019:128). Sedangkan *non probability sampling* kebalikan dari *probability sampling* dimana teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dan pemilihan sampel bersifat objektif. *probability sampling* meliputi *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling insidental*, *sampling purposive*, *sampling jenuh* dan *snowball sampling* (Prof. Dr. Sugiyono, 2019:131).

Adapun teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* karena setiap anggota populasi memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel. Metode yang digunakan yaitu metode penarikan sampel acak sederhana atau *simple random sampling*, dimana setiap unsur (anggota) dalam populasi telah diketahui dan memiliki probabilitas seleksi yang setara dan dianggap homogen, Peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel. Oleh karena itu hak setiap subjek sama, maka peneliti terlepas dari perasaan ingin mengistimewakan satu atau beberapa subjek untuk dijadikan sampel maka dari itu setiap elemen dipilih secara independen dari setiap elemen lainnya dan sampel diambil dengan prosedur random dari kerangka *sampling* (Malhotra & Birks, 2013), maka responden yang dipilih dengan menggunakan application spin agar setiap anggota populasi memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sekaran dan Bougie (2016) teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik penelitian seperti berikut:

1. Studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, *website*, majalah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *behavioral intention to use*.
2. Kuesioner, dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan langsung kepada responden yaitu sebagian pengguna aplikasi ovo yang pernah menggunakan fitur Ovopaylater dilakukan secara *online* melalui *google form* yang dikirimkan kepada sebagian pengguna tersebut. Dalam kuesioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator dari variabel X_1 (*perceived ease of use*), X_2 (*perceived usefulness*) dan variabel (Y) *behavioral intention to use*. Kemudian memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang dianggap paling tepat.
3. Studi literatur, merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *behavioral intention to use*. Studi literatur tersebut diperoleh dari berbagai sumber seperti a) Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), b) Skripsi, Tesis dan Disertasi, c) Jurnal Ekonomi, dan Bisnis, d) Media cetak (seperti, majalah Marketeer dan SWA), e) Media elektronik (Internet), f) Instagram, g) *Search engine Google Scholar*, i) Portal Jurnal Science Direct, j) Portal Jurnal Researchgate, k) Portal jurnal Emerald Insight dan l) Portal Jurnal Elsevier.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang penting, karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk

hipotesis. Benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Kebenaran data dapat dilihat dari instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliabel*.

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Use to assist activities for Service Solutions*) 22.0 for windows.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Penelitian mengenai pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* studi pada pengguna Ovopaylater, dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel X_1 (*perceived ease of use*) dan X_2 (*perceived usefulness*) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel (Y) *behavioral intention to use*, dengan menafsirkan data yang terkumpul dari responden melalui kuesioner.

Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menjamin bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa validitas adalah tes tentang seberapa baik instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep memang mengukur konsep yang dimaksud. Validitas internal (*internal validity*) atau rasional yaitu bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sementara validitas eksternal (*external validity*), bila kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item koesioner yang *valid* dan mana yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pertanyaan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *use to assist activities moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber : (Malhotra & Birks, 2013)

Daffa Noor Salim, 2023

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keterangan:

r_{xy}	= Koefisien korelasi <i>use to assist activities moment</i>
n	= Jumlah sampel/banyaknya responden
$\sum X$	= Jumlah skor dalam distribusi X
$\sum Y$	= Jumlah skor dalam distribusi Y
$\sum X^2$	= Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi variabel X
$\sum Y^2$	= Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi variabel Y
$\sum XY$	= Jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y
Dimana: r_{xy}	= koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikan sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dengan r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$)
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil sama dengan dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. dalam penelitian ini akan diuji validitas dari instrument *perceived ease of use* sebagai variabel X1, *perceived usefulness* sebagai variabel X2 dan *behavioral intention to use* sebagai variabel Y.

Hasil pengujian validitas pada variabel *perceived ease of use* (X1), *perceived usefulness* (X2) dan *behavioral intention to use* (Y) berdasarkan jawaban responden atas pernyataan pada item instrument yang diajukan. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program software computer IBM *Statistical Product for Service Solutions* (SPSS) versi 22.0 for Windows. Jumlah pertanyaan untuk variabel X1 sebanyak 9 item dan untuk variabel X2 sebanyak 5 item sedangkan variabel Y sebanyak 3 item. Berdasarkan kuisisioner yang diuji pada 35 responden dengan tingkat signifikansi 5% maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,344. Berikut Tabel 3.4 mengenai hasil pengujian validitas variabel X1 (*perceived ease of use*).

TABEL 3. 4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL X1 (PERCEIVED EASE OF USE)

No.	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
<i>Easy to learn</i>				
1	Kemudahan mempelajari fitur Ovopaylater	0,860	0,344	Valid
2	Kemudahan memahami fitur Ovopaylater	0,829	0,344	Valid
<i>Controllable</i>				
3	Keinginan konsumen mengendalikan fitur Ovopaylater	0,865	0,344	Valid
4	Keinginan konsumen mengaplikasikan fitur Ovopaylater dengan keinginan konsumen	0,812	0,344	Valid
<i>Clear and understandable</i>				
5	Ketersediaan informasi dari fitur Ovopaylater	0,825	0,344	Valid
6	Kejelasan informasi dari fitur Ovopaylater.	0,850	0,344	Valid
<i>Flexible</i>				
7	Fleksibilitas penggunaan fitur Ovopaylater	0,766	0,344	Valid
<i>Easy to become skillful</i>				
8	Kemudahan untuk menggunakan fitur Ovopaylater	0,893	0,344	Valid
9	Kemudahan mengingat fitur Ovopaylater	0,796	0,344	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023. (Menggunakan IBM SPSS versi 22.0 for Windows)

Berdasarkan Tabel 3.4 hasil pengujian validitas variabel X1 (*perceived ease of use*) dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *controllable* dengan pernyataan “Keinginan konsumen mengendalikan fitur Ovopaylater” dan dimensi *attachment* dengan pernyataan “Keinginan konsumen mengendalikan fitur Ovopaylater” dengan nilai 0,865. Nilai terendah terdapat pada dimensi *easy to become skillful* dengan pernyataan “Kemudahan mengingat fitur Ovopaylater” dengan nilai 0,796. Berikut Tabel 3.5 mengenai hasil pengujian validitas variabel X2 (*perceived usefulness*).

TABEL 3. 5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL X2
(PERCEIVED USEFULNESS)

No.	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
<i>Value</i>				
10	Kebermanfaatan fitur Ovopaylater secara finansial	0,774	0,344	Valid
<i>Effectiveness</i>				
11	Efisiensi waktu menggunakan fitur Ovopaylater	0,892	0,344	Valid
12	Efisiensi jarak dalam memesan dan membeli produk menggunakan fitur Ovopaylater	0,900	0,344	Valid
<i>Advantage</i>				
13	Kemampuan perusahaan dalam meningkatkan produktifitas kerja pengguna fitur Ovopaylater	0,903	0,344	Valid

Daffa Noor Salim, 2023

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

14	Kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kualitas hidup pengguna fitur Ovopaylater	0,891	0,344	Valid
----	---	-------	-------	-------

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023. (Menggunakan IBM SPSS versi 22.0 for Windows)

Berdasarkan Tabel 3.5 hasil pengujian validitas variabel X2 (*perceived usefulness*) dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *advantage* dengan pernyataan “Kemampuan perusahaan dalam meningkatkan produktifitas kerja pengguna fitur Ovopaylater” dengan nilai 0,903. Nilai terendah terdapat pada dimensi *value* dengan pernyataan “Kebermanfaatan fitur Ovopaylater secara finansial” dengan nilai 0,774. Berikut Tabel 3.6 mengenai hasil pengujian validitas variabel Y (*behavioral intention to use*).

TABEL 3. 6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL Y
(BEHAVIORAL INTENTION TO USE)

No.	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
<i>Use to assist activities</i>				
15	Keinginan konsumen untuk menggunakan fitur Ovopaylater untuk membantu kegiatannya	0,874	0,344	Valid
<i>Use often</i>				
16	Keinginan konsumen untuk sering menggunakan fitur Ovopaylater	0,897	0,344	Valid
<i>Use in future</i>				
17	Keinginan konsumen untuk menggunakan fitur Ovopaylater di masa depan	0,864	0,344	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023. (Menggunakan IBM SPSS versi 22.0 for Windows)

Berdasarkan Tabel 3.6 hasil pengujian validitas variabel Y (*behavioral intention to use*) dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *Use often* dengan pernyataan “Keinginan konsumen untuk sering menggunakan fitur Ovopaylater” dengan nilai 0,897. Nilai terendah terdapat pada dimensi *Use in future* dengan pernyataan “Keinginan konsumen untuk menggunakan fitur Ovopaylater di masa depan” dengan nilai 0,864.

Hasil uji coba instrumen untuk variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 22.0 for windows, pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid karena *score* rhitung lebih besar dari pada rtabel yang bernilai 0,344 sehingga pernyataan-

pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan yang realibel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana data bebas dari kesalahan sehingga dapat menjamin pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dalam seluruh instrumen. Dapat diketahui bahwa reliabilitas adalah indikasi stabilitas dan konsistensi instrumen untuk mengukur konsep dan membantu untuk menilai kebaikan dari ukuran (Sekaran & Bougie, 2016). Malhotra (2015) mendefinisikan reabilitas sebagai sejauh mana suatu ukuran bebas dari kesalahan acak. Reliabilitas dinilai dengan cara menentukan hubungan antara skor yang diperoleh dari skala administrasi yang berbeda. Jika asosiasi tinggi, maka skala akan menghasilkan hasil yang konsisten sehingga dapat dikatakan reliabel.

Penelitian ini menguji reliabilitas dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 7. Menurut Sekaran dan Bougie (2016) *cronbach alpha* adalah koefisien kehandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Peguujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Sumber : (Sekaran & Bougie, 2016)

Keterangan:

Daffa Noor Salim, 2023

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
 k = Banyak butir pertanyaan
 σt^2 = Varians total
 $\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians butir tiap pertanyaan

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan reliabel jika koefisien internal seluruh item $(n) > r_{\text{tabel}}$ dengan tingkat signifikansi 5%.
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak reliabel jika koefisien internal seluruh item $(n) < r_{\text{tabel}}$ dengan tingkat signifikansi 5%.

Berdasarkan jumlah kuesioner yang diuji kepada 35 responden dengan tingkat signifikansi 5% maka didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,344. Hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan IBM SPSS versi 22.0 *for* Windows diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan oleh nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} yang dapat dilihat pada Tabel 3.7 mengenai hasil pengujian reliabilitas variabel X1, X2 dan Y sebagai berikut berikut:

TABEL 3. 7
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	<i>Perceived ease of use</i>	0,944	0,344	Reliabel
2	<i>Perceived usefulness</i>	0,920	0,344	Reliabel
3	<i>Behavioral intention to use</i>	0,847	0,344	Reliabel

3. Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023. (Menggunakan IBM SPSS versi 22.0 *for* Windows)

3.2.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data secara statistik untuk melihat apakah hipotesis yang dihasilkan telah didukung oleh data (Sekaran & Bougie, 2016). Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket angket atau kuesioner. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data

seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun data, kegiatan ini bertujuan untuk memeriksa kelengkapan identitas reponden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Menyeleksi data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang telah terkumpul.
3. Tabulasi data, penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah berikut ini:
 - a. Memasukan/input data ke program Microsoft Office Excel
 - b. Memberi skor pada setiap item
 - c. Menjumlahkan skor pada setiap item
 - d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.
4. Pengujian. Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif.

Penelitian ini meneliti pengaruh *perceived ease of use* (X_1) dan *perceived usefulness* (X_2) terhadap *behavioral intention to use* (Y). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *semantic differential scale* yang biasanya menunjukkan skala tujuh poin dengan atribut bipolar mengukur arti suatu objek atau konsep bagi responden (Sekaran & Bougie, 2016). Data yang diperoleh adalah data interval. Rentang dalam penelitian ini yaitu sebanyak 7 angka. Responden yang memberi penilaian pada angka 7, berarti sangat positif, sedangkan bila memberi jawaban angka 1 berarti persepsi responden terhadap pernyataan tersebut sangat negatif. Kategori kriteria dan rentang jawaban dapat terlihat pada Tabel 3.3 skor alternatif berikut.

TABEL 3. 8
SKOR ALTERNATIF

Alternatif jawaban	Sangat Tinggi/ Sangat Baik/ Sangat Menarik/ Sangat Inovatif/ Sangat Puas/ Sangat Populer	Rentang Jawaban 	Sangat Rendah/ Sangat Buruk/ Sangat Tidak Menarik/ Sangat Tidak Inovatif/ Sangat Tidak Puas/ Sangat Tidak Populer
---------------------------	---	--	--

Daffa Noor Salim, 2023

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Negatif	1	2	3	4	5	6	7	Positif
---------	---	---	---	---	---	---	---	---------

Sumber : Modifikasi dari Sekaran dan Bougie (2016)

Untuk mengategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.5 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden sebagai berikut.

TABEL 3. 9
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangan
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch. Ali (1985:184)

3.2.7.1 Teknik Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari adanya suatu hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikasinya. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use*. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan kedalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi dan penerapan data pada pendekatan penelitian.

Persiapan adalah mengumpulkan dan memeriksa kebenaran cara pengisian, melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem penilaian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian. dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Langkah-langkah yang digunakan untuk melakukan analisis deskriptif pada ketiga variabel penelitian tersebut sebagai berikut:

Daffa Noor Salim,2023

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Analisis Tabulasi Silang (*Cross Tabulation*)

Metode *cross tabulation* merupakan analisis yang dilakukan untuk melihat apakah terdapat hubungan deskriptif antara dua variabel atau lebih dalam data yang diperoleh (Malhotra, 2015). Analisis ini pada prinsipnya menyajikan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom. Data yang digunakan untuk penyajian *cross tabulation* merupakan data berskala nominal atau kategori (Ghozali, 2014).

Cross tabulation merupakan metode yang menggunakan uji statistik untuk mengidentifikasi dan mengetahui korelasi antar dua variabel atau lebih, apabila terdapat hubungan antara variabel tersebut, maka terdapat tingkat ketergantungan yang saling mempengaruhi yaitu perubahan variabel yang satu ikut dalam mempengaruhi variabel lain. Format tabel tabulasi yang digunakan dalam penelitian ini terdapat pada Tabel 3.6 Tabel Tabulasi Silang (*Cross Tabulation*) dibawah ini.

TABEL 3. 10
TABEL TABULASI SILANG (*CROSS TABULATION*)

Variabel Kontrol	Judul (Identifikasi/Karakteristik/ Pengalaman)	Judul (Identifikasi/Karakteristik/ Pengalaman)				Total	
		Klasifikasi (Identifikasi/Karakteristik/ Pengalaman)		Klasifikasi (Identifikasi/Karakteristik/ Pengalaman)		F	%
		F	%	F	%	F	%
Total Skor							
Total Keseluruhan							

2. Skor Ideal

Skor ideal merupakan skor yang secara ideal diharapkan untuk jawaban dari pertanyaan yang terdapat pada angket kuesioner yang akan dibandingkan dengan perolehan skor total untuk mengetahui hasil kinerja dari variabel. Penelitian atau survei membutuhkan instrumen atau alat yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data seperti kuesioner. Kuesioner berisikan pertanyaan yang diajukan kepada responden atau sampel dalam suatu proses penelitian atau survei. Jumlah pertanyaan yang dimuat dalam penelitian cukup banyak sehingga membutuhkan *scoring* untuk memudahkan dalam proses penilaian dan untuk membantu dalam

proses analisis data yang telah ditemukan. Rumus yang digunakan dalam skor ideal yaitu sebagai berikut:

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}$$

3. Tabel Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan Analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

- 1) Analisis deskriptif variabel (X_1) *perceived ease of use* terfokus pada penelitian *Easy to learn* ($X_{1.1}$), *Controllable* ($X_{1.2}$), *clear and understandable* ($X_{1.3}$), *flexible* ($X_{1.4}$), *easy to become skillful* ($X_{1.5}$).
- 2) Analisis deskriptif variabel (X_2) *perceived usefulness* terfokus pada penelitian *Value* ($X_{2.1}$), *Effectiveness* ($X_{2.2}$), *advantage* ($X_{2.3}$), dan *communication* ($X_{2.4}$).
- 3) Analisis deskriptif variabel *behavioral intention to use* (Y) dengan dimensi *use to assist activities* (Y_1), *use often* (Y_2), *use in future* (Y_3).

Cara yang dilakukan untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil 0% sampai 100%. Format tabel analisis deskriptif yang digunakan penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.7 sebagai berikut.

TABEL 3. 11
ANALISIS DESKRIPTIF

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Total	Skor Ideal	Total Skor Per-Item	% Skor
Skor						
Total Skor						

Sumber: Modifikasi dari Sekaran dan Bougie (2016)

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengkategorikan hasil perhitungan berdasarkan kriteria penafsiran, dibuatlah garis kontinum yang dibedakan menjadi tujuh tingkatan, di antaranya sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, sedang, cukup rendah, rendah dan sangat rendah. Tujuan dibuatnya garis kontinum ini adalah untuk membandingkan setiap skor total tiap variabel untuk memperoleh gambaran variabel *behavioral intention to use* (Y) dan variabel *perceived ease of*

use (X_1), *perceived usefulness* (X_2). Rancangan langkah-langkah pembuatan garis kontinum dijelaskan sebagai berikut:

1. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

Kontinum Tertinggi = Skor Tertinggi \times Jumlah Pernyataan \times Jumlah Responden

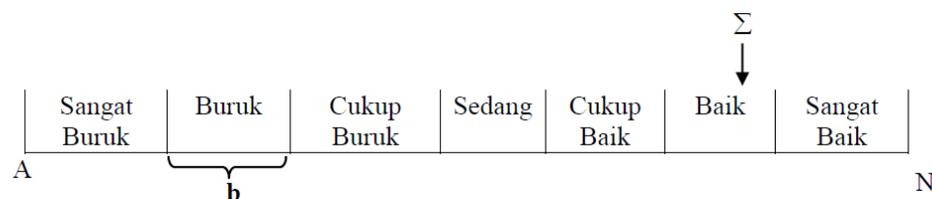
Kontinum Terendah = Skor Terendah \times Jumlah Pernyataan \times Jumlah Responden

2. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkat

Skor Setiap Tingkatan = $\frac{\text{Kontinum Tertinggi} - \text{Kontinum Terendah}}{\text{Banyaknya Tingkatan}}$

3. Membuat garis kontinum dan menentukan daerah letak skor hasil penelitian.

Menentukan persentase letak skor hasil penelitian (rating scale) dalam garis kontinum ($\text{Skor} / \text{Skor Maksimal} \times 100\%$). Penggambaran kriteria dapat dilihat dari Gambar 3.1 mengenai Garis Kontinum Penelitian *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *behavioral intention to use* berikut ini:



GAMBAR 3. 1

**GARIS KONTINUM PENELITIAN *PERCEIVED EASE OF USE*,
PERCEIVED USEFULNESS DAN *BEHAVIORAL INTENTION TO USE***

Keterangan:

a = Skor minimum

Σ = Jumlah perolehan skor

b = Jarak interval

N = Skor ideal Teknik Analisis Data Verifikatif

3.2.7.2 Teknik Analisis Data Verifikatif Menggunakan *Structural Equation*

Model (SEM)

Setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul dan dilakukan analisis deskriptif, maka dilakukan analisis berikutnya yaitu analisis data verifikatif. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilaksanakan untuk menguji kebenaran ilmu-ilmu yang telah ada, berupa konsep, prinsip, prosedur, dalil maupun praktek dari ilmu itu sendiri sehingga tujuan dari penelitian verifikatif dalam penelitian ini untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan (Arifin, 2014).

Daffa Noor Salim, 2023

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION TO USE* PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis data verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh *perceived ease of use* (X_1) dan *perceived usefulness* (X_2) terhadap *behavioral intention to use* (Y). Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan korelatif dalam penelitian ini yaitu teknik SEM (*Structural Equation Model*) atau Pemodelan Persamaan Struktural.

SEM adalah teknik statistik yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi (korelasi), yang bertujuan untuk menguji hubungan-hubungan antara variabel yang ada pada sebuah model baik antar indikator dengan konstraknya ataupun hubungan antar konstruk (Santoso, 2011). SEM mempunyai karakteristik yang bersifat sebagai teknik analisis yang lebih menegaskan (Sarwono, 2010). SEM digunakan bukan untuk merancang suatu teori, tetapi lebih ditujukan untuk memeriksa dan membenarkan suatu model. Oleh karena itu, syarat utama menggunakan SEM adalah membangun suatu model hipotesis yang terdiri dari model struktural dan model pengukuran yang berdasarkan justifikasi teori.

SEM merupakan gabungan dari dua model statistika yang terpisah yaitu analisis faktor (*factor analysis*) yang dikembangkan di ilmu psikologi dan psikometri serta model persamaan simultan (*simultaneous equation modeling*) yang dikembangkan di ekonometrika (Ghozali, 2014). Pernyataan bahwa SEM adalah model persamaan simultan didukung oleh Cleff (2014) menggunakan SEM memungkinkan dilakukannya analisis terhadap serangkaian hubungan secara simultan sehingga memberikan efisiensi secara statistik.

SEM memiliki karakteristik utama yang yang dapat membedakan dengan teknik analisis multivariat lainnya. Teknik analisis data SEM memiliki estimasi hubungan ketergantungan ganda (*multiple dependence relationship*) dan juga memungkinkan mewakili konsep yang sebelumnya tidak teramati (*unobserved concept*) dalam hubungan yang ada dan memperhitungkan kesalahan pengukuran (*measurement error*) (Sarjono & Julianita, 2015).

Analisis ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel (X_1) *perceived ease of use* yang terdiri dari *Easy to learn* ($X_{1.1}$), *Controllable* ($X_{1.2}$),

clear and understandable ($X_{1.3}$), *flexible* ($X_{1.4}$), *easy to become skillful* ($X_{1.5}$) dan variabel (X_2) *perceived usefulness* yang terdiri dari *Value* ($X_{2.1}$), *Effectiveness* ($X_{2.2}$), *advantage* ($X_{2.3}$) terhadap variabel (Y) *behavioral intention to use* pengguna Ovopaylater

3.2.7.2.1 Model dalam SEM

Terdapat dua jenis dalam sebuah model perhitungan SEM, yaitu terdiri dari model pengukuran dan model struktural sebagai berikut:

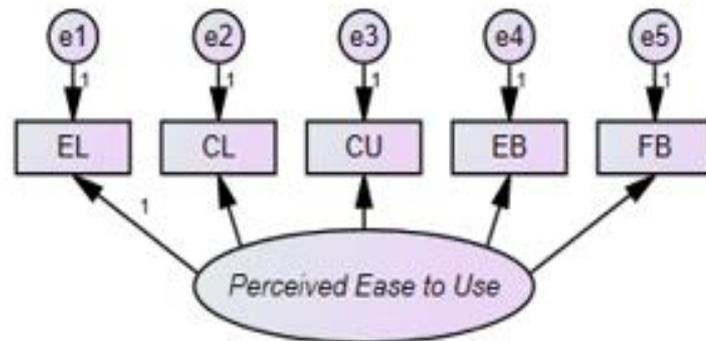
1. Model Pengukuran

Model pengukuran merupakan bagian dari suatu model SEM yang berhubungan dengan variabel-variabel laten dan indikator-indikatornya. Model pengukuran sendiri digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Model pengukuran murni disebut model analisis faktor konfirmatori atau *confirmatory factor analysis* (CFA) dimana terdapat kovarian yang tidak terukur antara masing-masing pasangan variabel-variabel yang memungkinkan. Model pengukuran dievaluasi sebagaimana model SEM lainnya dengan menggunakan pengukuran uji keselarasan. Proses analisis hanya dapat dilanjutkan jika model pengukuran valid (Sarwono, 2010).

Pada penelitian ini variabel laten eksogen terdiri dari *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* sedangkan keseluruhan variabel-variabel tersebut mempengaruhi variabel laten endogen yaitu *behavioral intention to use* baik secara langsung maupun tidak langsung. Spesifikasi model pengukuran model variabel adalah sebagai berikut:

a. Model Pengukuran Variabel Laten Eksogen

- 1) Variabel X_1 (*Perceived ease of use*)



GAMBAR 3. 2
MODEL PENGUKURAN *PERCEIVED EASE OF USE*

Keterangan:

EL = *Easy to learn*

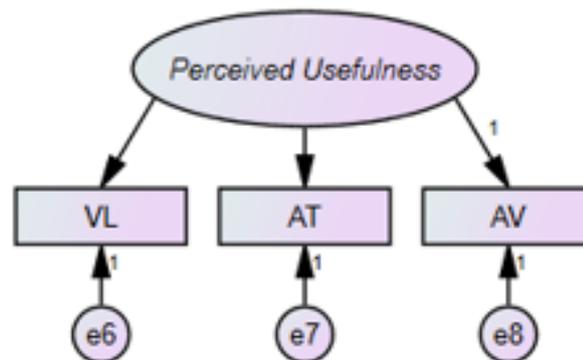
CL = *Controllable*

CU = *Clear and understandable*

FB = *Flexible*

EB = *Easy to become*

2) Variabel X_2 (*Perceived usefulness*)



GAMBAR 3. 3
MODEL PENGUKURAN *PERCEIVED USEFULNESS*

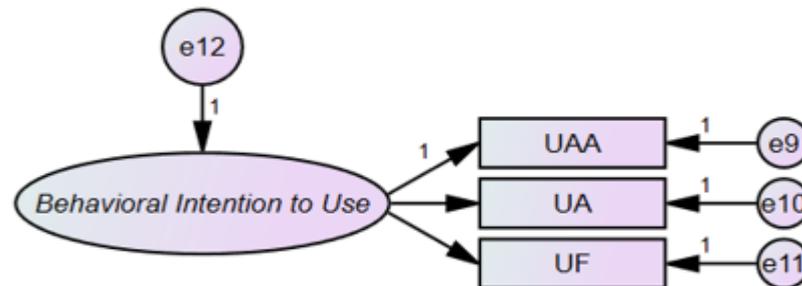
Keterangan:

VL = *Value*

EF = *Effectiveness*

AV = *Advantage*

b. Model Pengukuran Variabel Laten Endogen (*behavioral intention to use*)



GAMBAR 3. 4
MODEL PENGUKURAN *BEHAVIORAL INTENTION TO USE*

Keterangan:

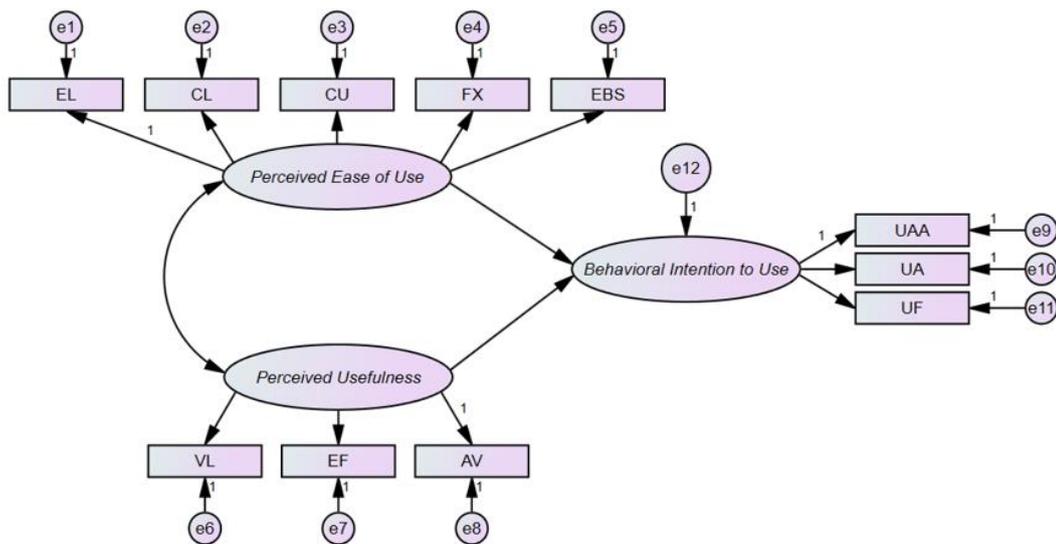
UAA = *Use to assist activities*

UA = *Use often*

UF = *Use in future*

2. Model Struktural

Model struktural merupakan bagian dari model SEM yang terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Hal ini berbeda dengan model pengukuran yang membuat semua variabel (konstruk) sebagai variabel independen dengan berpedoman terhadap hakekat SEM dan pada teori tertentu. Model struktural meliputi hubungan antar konstruk laten dan hubungan ini di anggap linear, walaupun pengembangan lebih lanjut memungkinkan memasukkan persamaan nonlinear. Secara grafis garis dengan satu kepala anak panah menggambarkan hubungan regresi dan garis dengan dua kepala anak panah menggambarkan hubungan korelasi atau kovarian. Penelitian ini membuat suatu model struktural yang disajikan pada Gambar 3.5 Model Struktural Pengaruh *Perceived ease of use* dan *Perceived usefulness* terhadap *Behavioral intention to use* berikut.



GAMBAR 3. 5
MODEL STRUKTURAL PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION TO USE*

3.2.7.2.2 Asumsi, Tahap Dan Prosedur SEM

Estimasi parameter dalam SEM umumnya berdasarkan pada metode *Maximum Likelihood* (ML) yang menghendaki adanya beberapa asumsi yang harus memastikan asumsi dalam SEM ini terpenuhi guna mengetahui apakah model sudah baik dan dapat digunakan atau tidak. Asumsi-asumsi tersebut adalah sebagai berikut (Ghozali, 2014):

1. Ukuran sampel

Ukuran sampel yang harus dipenuhi dalam SEM minimal berukuran 100 yang akan memberikan dasar untuk mengestimasi sampling error. Dalam model estimasi menggunakan maximum likelihood (ML) ukuran sampel yang harus digunakan antara lain 100-200 untuk mendapatkan estimasi parameter yang tepat (Ghozali, 2014).

2. Normalitas Data

Syarat dalam melakukan pengujian berbasis SEM yaitu melakukan uji asumsi data dan variabel yang diteliti dengan uji normalitas. Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai c.r skewness dan c.r kurtosis berada pada posisi $\pm 2,58$ (Santoso, 2011). Sebaran data harus dianalisis untuk melihat apakah asumsi normalitas dipenuhi sehingga data dapat diolah lebih lanjut untuk pemodelan (Cleff, 2014).

Daffa Noor Salim, 2023

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION TO USE* PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3. *Outliers* Data

Outliers data adalah observasi data yang nilainya jauh di atas atau di bawah rata-rata nilai (nilai ekstrim) baik secara univariate maupun multivariate karena kombinasi karakteristik unik yang dimilikinya sehingga jauh berbeda dari observasi lainnya (Ferdinand, 2006). Pemeriksaan *outliers* dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *Mahalanobis d-squared* dengan *chi square dt*. Nilai *Mahalanobis d-squared* < *chisquare dt*. Cara lain untuk memeriksa adanya tidaknya data outliers adalah dengan melihat nilai p_1 dan p_2 , p_1 diharapkan memiliki nilai yang kecil, sedangkan p_2 sebaliknya, data *outliers* diindikasikan ada jika p_2 bernilai 0.000 (Ghozali, 2014).

4. Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat dideteksi dari determinan matriks kovarians. Asumsi multikolinearitas mensyaratkan tidak adanya korelasi yang sempurna atau besar antara variabel-variabel eksogen. Nilai korelasi di antara variabel yang teramati tidak boleh sebesar 0,9 atau lebih (Ghozali, 2014). Nilai matriks kovarians yang sangat kecil memberikan indikasi adanya masalah multikolinearitas atau singularitas. Multikolinearitas menunjukkan kondisi dimana antar variabel penyebab terdapat hubungan linier yang sempurna, eksak, *perfectly predicted* atau *singularity* (Kusnendi, 2008).

Setelah semua asumsi terpenuhi, maka tahapan-tahapan dari analisis SEM selanjutnya dapat dilakukan. Terdapat beberapa prosedur yang harus dilewati dalam teknik analisis data menggunakan SEM yang secara umum terdiri dari tahap-tahap sebagai berikut (Bollen & Long, 1993):

1. Spesifikasi Model (*Model Specification*)

Tahap spesifikasi pembentukan model yang merupakan pembentukan hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten yang lainnya dan juga terkait hubungan antara variabel laten dengan variabel manifes didasarkan pada teori yang berlaku (Sarjono & Julianita, 2015). Langkah ini dilakukan sebelum estimasi model. Berikut ini merupakan langkah-langkah untuk mendapatkan model yang diinginkan dalam tahap spesifikasi model (Wijanto, 2007), yaitu:

a. Spesifikasi model pengukuran

- 1) Mendefinisikan variabel-variabel laten yang ada dalam penelitian
- 2) Mendefinisikan variabel-variabel yang teramati

Daffa Noor Salim, 2023

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION TO USE PAYLATER*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- 3) Mendefinisikan hubungan di antara variabel laten dengan variabel yang teramati
- b. Spesifikasi model struktural, yaitu mendefinisikan hubungan kausal di antara variabel-variabel laten tersebut.
- c. Menggambarkan diagram jalur dengan hybrid model yang merupakan kombinasi dari model pengukuran dan model struktural, jika diperlukan (bersifat opsional).

2. Identifikasi Model (*Model Identification*)

Tahap ini berkaitan dengan pengkajian tentang kemungkinan diperolehnya nilai yang unik untuk setiap parameter yang ada di dalam model dan kemungkinan persamaan simultan yang tidak ada solusinya. Terdapat tiga kategori dalam persamaan secara simultan, di antaranya (Wijanto, 2007):

- a. *Under-identified model*, yaitu model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih besar dari jumlah data yang diketahui. Keadaan yang terjadi pada saat nilai *degree of freedom/df* menunjukkan angka negatif, pada keadaan ini estimasi dan penilaian model tidak bisa dilakukan.
- b. *Just-identified model*, yaitu model dengan jumlah parameter yang diestimasi sama dengan jumlah data yang diketahui. Keadaan ini terjadi saat nilai *degree of freedom/df* berada pada angka 0, keadaan ini disebut pula dengan istilah *saturated*. Jika terjadi just identified maka estimasi dan penilaian model tidak perlu dilakukan.
- c. *Over-identified model*, yaitu model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih kecil dari jumlah data yang diketahui. Keadaan yang terjadi saat nilai *degree of freedom/df* menunjukkan angka positif, pada keadaan inilah estimasi dan penilaian model dapat dilakukan.

Besarnya *degree of freedom (df)* pada SEM adalah besarnya jumlah data yang diketahui dikurangi jumlah parameter yang diestimasi yang nilainya kurang dari nol ($df = \text{jumlah data yang diketahui} - \text{jumlah parameter yang diestimasi} < 0$).

3. Estimasi (*Estimation*)

Metode estimasi model didasarkan pada asumsi sebaran dari data, jika data berdistribusi normal multivariat maka estimasi model dilakukan dengan metode

maximum likelihood (ML) namun juga data menyimpang dari sebaran normal multivariate, metode estimasi yang dapat digunakan adalah *Robust Maximum Likelihood* (RML) atau *Weighted Least Square* (WLS). Langkah ini ditujukan untuk menentukan nilai estimasi setiap parameter model yang membentuk matriks $\Sigma(\Theta)$, sehingga nilai parameter tersebut sedekat mungkin dengan nilai yang ada di dalam matriks S (matriks kovarians dari variabel yang teramati/sampel) (Sarjono & Julianita, 2015).

Pada penelitian ini akan dilihat apakah model menghasilkan sebuah *estimated population covariance matrix* yang konsisten dengan sampel *covariance matrix*. Tahap ini dilakukan pemeriksaan kecocokan beberapa *model tested* (model yang memiliki bentuk yang sama tetapi berbeda dalam hal jumlah atau tipe hubungan kausal yang merepresentasikan model) yang secara subjektif mengindikasikan apakah data sesuai atau cocok dengan model teoritis atau tidak.

4. Uji Kecocokan Model (*Model Fit Testing*)

Tahap ini berkaitan dengan pengujian kecocokan antara model dengan data. Uji kecocokan model dilakukan untuk menguji apakah model yang dihipotesiskan merupakan model yang baik untuk merepresentasikan hasil penelitian. Terdapat beberapa statistik untuk mengevaluasi model yang digunakan. Umumnya terdapat berbagai jenis indeks kecocokan yang digunakan untuk mengukur derajat kesesuaian antara model yang dihipotesiskan dengan data yang disajikan. Kesesuaian model dalam penelitian ini dilihat dalam tiga kondisi berikut: 1) *Absolute Fit Measures* (cocok secara mutlak), 2) *Incremental Fit Measures* (lebih baik relatif terdapat model-model lain) dan, 3) *Parsimonius Fit Measures* (lebih sederhana relatif terhadap model-model alternatif).

Uji kecocokan dilakukan dengan menghitung *goodness of fit* (GOF). Dasar pengambilan nilai batas (*cut-off value*) untuk menentukan kriteria *goodness of fit* dapat dilakukan dengan mengambil pendapat berbagai ahli. Adapun indikator pengujian *goodness of fit* dan nilai *cut-off* (*cut-off value*) yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada pendapat (Yvonne & Kristaung, 2013) sebagai berikut:

1. *Chi Square* (X^2)

Ukuran yang mendasari pengukuran secara keseluruhan (*overall*) yaitu *likelihood ratio change*. Ukuran ini merupakan ukuran utama dalam pengujian measurement model,

Daffa Noor Salim, 2023

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

yang menunjukkan apakah model merupakan model *overall fit*. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui matriks kovarian sampel berbeda dengan matriks kovarian hasil estimasi. Maka oleh sebab itu *chi-square* bersifat sangat sensitif terhadap besarnya sampel yang digunakan. Kriteria yang digunakan adalah apabila matriks kovarian sampel tidak berbeda dengan matriks hasil estimasi, maka dikatakan data fit dengan data yang dimasukkan. Model dianggap baik jika nilai *chi-square* rendah.

Meskipun *chi-square* merupakan alat pengujian utama, namun tidak dianggap sebagai satu-satunya dasar penentuan untuk menentukan model fit, untuk memperbaiki kekurangan pengujian *chi-square* digunakan χ^2/df (CMIN/DF), dimana model dapat dikatakan fit apabila nilai CMIN/DF < 2,00.

2. GFI (*Goodness of Fit Index*) dan AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*)

GFI bertujuan untuk menghitung proporsi tertimbang varian dalam matriks sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi yang diestimasi. Nilai *Good of Fit Index* berukuran antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1 (*perfect fit*). Oleh karena itu, semakin tinggi nilai GIF maka menunjukkan model semakin *fit* dengan data. *Cut-off value* GFI adalah $\geq 0,90$ dianggap sebagai nilai yang baik (*perfect fit*).

3. *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA)

RMSEA adalah indek yang digunakan untuk mengkompensasi kelemahan *chi-square* (X^2) pada sampel yang besar. nilai RMSEA yang semakin rendah, mengindikasikan model semakin *fit* dengan data. Nilai RMSEA antara 0.05 sampai 0,08 merupakan ukuran yang dapat diterima (Ghozali, 2014). Hasil uji empiris RMSEA cocok untuk menguji model konfirmatori atau *competing model strategy* dengan jumlah sampel yang besar.

4. *Adjusted Goodness of Fit Indices* (AGFI)

AGFI merupakan GFI yang disesuaikan terhadap degree of freedom, analog dengan R² dan regresi berganda. GFI maupun AGFI merupakan kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varian dalam sebuah matriks *kovarians sampel*. *Cut-off-value* dari AGFI adalah $\geq 0,90$ sebagai tingkatan yang baik. Kriteria ini dapat diinterpretasikan jika nilai $\geq 0,95$ sebagai *good overall model fit*. Jika nilai berkisar antara 0,90-0,95 sebagai tingkatan yang cukup dan jika besarnya nilai 0,80-0,90 menunjukkan *marginal fit*.

5. *Tucker Lewis Index* (TLI)

TLI merupakan alternatif *incremental fit index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap baseline model. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterima sebuah model adalah $\geq 0,90$.

6. *Comparative Fit Index (CFI)*

Keunggulan dari model ini adalah uji kelayakan model yang tidak sensitive terhadap besarnya sampel dan kerumitan model, sehingga sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Nilai yang direkomendasikan untuk menyatakan model *fit* adalah $\geq 0,90$.

7. *Parsimonious Normal Fit Index (PNFI)*

PNFI merupakan modifikasi dari NFI. PNFI memasukkan jumlah degree of freedom yang digunakan untuk mencapai level *fit*. Semakin tinggi nilai PNFI semakin baik. Kegunaan utama dari PNFI yaitu untuk membandingkan model dengan *degree of freedom* yang berbeda. Jika perbedaan PNFI 0.60 sampai 0.90 menunjukkan adanya perbedaan model yang signifikan (Ghozali, 2014).

8. *Parsimonious Goodness of Fit Index (PGFI)*

PGFI merupakan modifikasi GFI atas dasar parsimony estimated model. Nilai PGFI berkisar antara 0 sampai 1.0 dengan nilai semakin tinggi menunjukkan model lebih *parsimony* (Ghozali, 2014). Tabel 3.8 disajikan indikator pengujian kesesuaian model.

TABEL 3. 12
INDIKATOR PENGUJIAN KESESUAIAN MODEL

<i>Goodness-of-Fit Measures</i>	Tingkat Penerimaan
<i>Absolute Fit Measures</i>	
<i>Statistic Chi-Square (X^2)</i>	Mengikuti uji statistik yang berkaitan dengan persyaratan signifikan semakin kecil semakin baik.
<i>Goodness of Fit Index (GFI)</i>	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. $GFI \geq 0.90$ adalah good fit, sedang $0.80 \leq GFI < 0.90$ adalah marginal fit.
<i>Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	RMSEA yang semakin rendah, mengindikasikan model semakin fit dengan data. Ukuran cut-off-value $RMSEA < 0,05$ dianggap close fit, dan $0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$ dikatakan good fit sebagai model yang diterima.
<i>Incremental Fit Measures</i>	
<i>Tucker Lewis Index (TLI)</i>	Nilai berkisar antara 0-1. Dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. $TLI \geq 0.90$ adalah

Daffa Noor Salim, 2023

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

<i>Goodness-of-Fit Measures</i>	Tingkat Penerimaan
	good fit, sedang $0.80 \leq TLI < 0.90$ adalah marginal fit.
<i>Adjusted Goodness of Fit (AGFI)</i>	Cut-off-value dari AGFI adalah ≥ 0.90
<i>Comparative Fit Index (CFI)</i>	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. CFI ≥ 0.90 adalah good fit, sedang $0.80 \leq CFI < 0.90$ adalah marginal fit
<i>Parsimonious Fit Measures</i>	
<i>Parsimonious Normal Fit Index (PNFI)</i>	PGFI < GFI, semakin rendah semakin baik
<i>Parsimonious Goodness of Fit Index (PGFI)</i>	Nilai tinggi menunjukkan kecocokan lebih baik hanya digunakan untuk perbandingan antara model alternatif. Semakin tinggi nilai PNFI, maka kecocokan suatu model akan semakin baik.

Sumber : (Ghozali, 2014; Yvonne & Kristaung, 2013)

5. Respesifikasi (*Respicification*)

Tahap ini berkaitan dengan respesifikasi model berdasarkan atas hasil uji kecocokan tahap sebelumnya. Pelaksanaan respesifikasi sangat tergantung pada strategi pemodelan yang akan digunakan. Sebuah model struktural yang secara statistis dapat dibuktikan *fit* dan antar-variabel mempunyai hubungan yang signifikan, tidaklah kemudian dikatakan sebagai satu-satunya model terbaik. Model tersebut merupakan satu di antara sekian banyak kemungkinan bentuk model lain yang dapat diterima secara statistik. Karena itu, dalam praktik seseorang tidak berhenti setelah menganalisis satu model. Peneliti cenderung akan melakukan respesifikasi model atau modifikasi model yakni upaya untuk menyajikan serangkaian alternatif untuk menguji apakah ada bentuk model yang lebih baik dari model yang sekarang ada.

Tujuan modifikasi yaitu untuk menguji apakah modifikasi yang dilakukan dapat menurunkan nilai *chi-square* atau tidak, yang mana semakin kecil angka *chi-square* maka model tersebut semakin fit dengan data yang ada. Adapun langkah-langkah dari modifikasi ini sebenarnya sama dengan pengujian yang telah dilakukan sebelumnya, hanya saja sebelum dilakukan perhitungan ada beberapa modifikasi yang dilakukan pada model berdasarkan kaidah yang sesuai dengan penggunaan AMOS. Adapun modifikasi yang dapat dilakukan pada AMOS

Daffa Noor Salim, 2023

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE PAYLATER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

terdapat pada *output modification indices* (M.I) yang terdiri dari tiga kategori yaitu *covariances*, *variances* dan *regressions weight*. Modifikasi yang umum dilakukan mengacu pada tabel *covariances*, yaitu dengan membuat hubungan *covariances* pada variabel/indikator yang disarankan pada tabel tersebut yaitu hubungan yang memiliki nilai M.I paling besar. Sementara modifikasi dengan menggunakan *regressions weight* harus dilakukan berdasarkan teori tertentu yang mengemukakan adanya hubungan antar variabel yang disarankan pada *output modification indices* (Santoso, 2011).

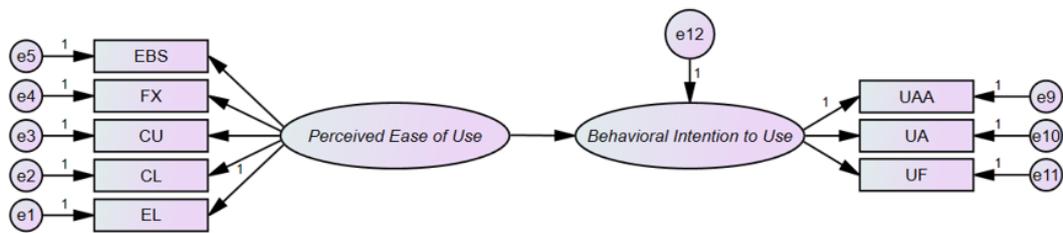
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Hipotesis secara garis besar diartikan sebagai dugaan atau jawaban sementara terhadap suatu masalah yang akan dibuktikan secara statistik (Sukmadinata, 2012). Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel dan hipotesis dua atau lebih variabel yang dikenal sebagai hipotesis kausal (Priyono, 2016). Pengujian hipotesis adalah sebuah cara pengujian jika pernyataan yang dihasilkan dari kerangka teoritis yang berlaku mengalami pemeriksaan ketat (Sekaran & Bougie, 2016). Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau variabel independen yaitu *perceived ease of use* (X_1) dan *perceived usefulness* (X_2), sedangkan variabel dependen adalah *behavioral intention to use* (Y) dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan analisis SEM untuk ke tiga variabel tersebut.

Pada penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS AMOS versi 22.0 for Windows untuk menganalisis hubungan dalam model struktural yang diusulkan. Adapun model struktural yang diusulkan untuk menguji hubungan kausalitas antara *perceived ease of use* (X_1) dan *perceived usefulness* (X_2) terhadap *behavioral intention to use* (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *t-value* dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%) dan derajat kebebasan sebesar n (sampel). Nilai *t-value* dalam program IBM SPSS AMOS versi 22.0 for Windows merupakan nilai *Critical Ratio* (C.R.). Apabila nilai *Critical Ratio* (C.R.) $\geq 1,967$ atau nilai probabilitas (P) $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak (hipotesis penelitian diterima).

Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis 1



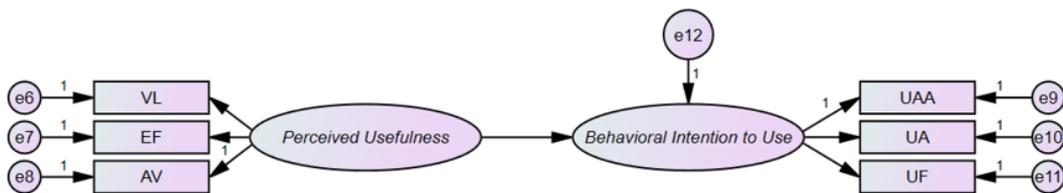
GAMBAR 3. 6

HIPOTESIS PENELITIAN 1

H_0 $c.r \leq 1,96$, artinya tidak terdapat pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use*

H_1 $c.r \geq 1,96$, artinya terdapat pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use*

2. Uji Hipotesis 2



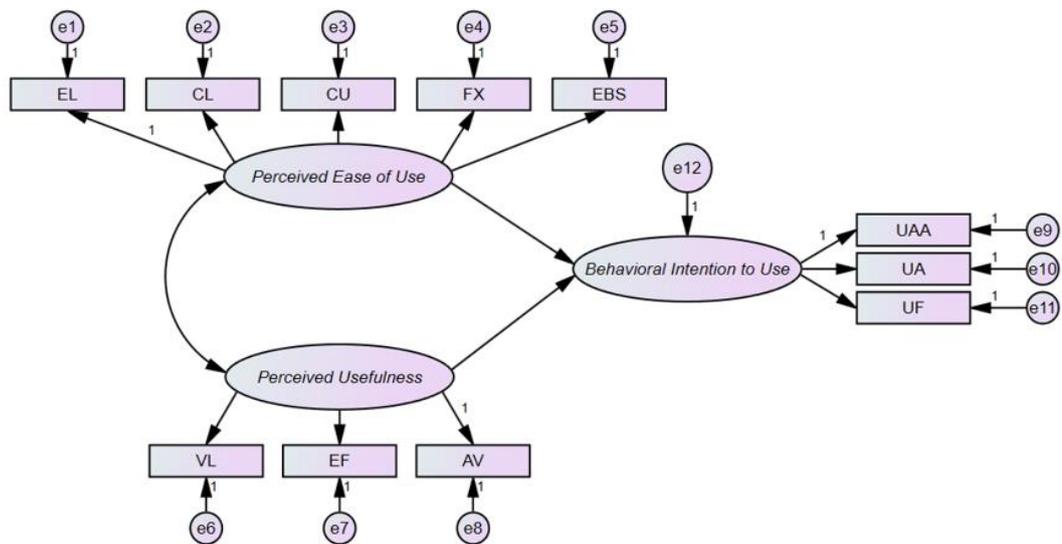
GAMBAR 3. 7

HIPOTESIS PENELITIAN 2

H_0 $c.r \leq 1,96$, artinya tidak terdapat pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use*

H_1 $c.r \geq 1,96$, artinya terdapat pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use*

3 . Uji Hipotesis 3



GAMBAR 3. 7
HIPOTESIS PENELITIAN 3

H_0 $c.r \leq 1,96$, artinya tidak terdapat pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use*

H_1 $c.r \geq 1,96$, artinya terdapat pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use*.

Nilai yang digunakan untuk menentukan besaran faktor yang membangun *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* dalam membentuk *behavioral intention to use* dapat dilihat pada matriks atau tabel implied (for all variables) correlations yang tertera pada output program IBM SPSS AMOS versi 22.0 for Windows. Berdasarkan matriks atau tabel data tersebut dapat diketahui nilai faktor pembangun *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* yang paling besar dan yang paling kecil dalam

membentuk *behavioral intention to use*. Sementara besaran pengaruh dapat dilihat dari hasil *output estimates* pada kolom *total effect* secara *standardized*. Besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *squared multiple correlation* (R^2) yang menunjukkan besarnya penjelasan variabel Y oleh variabel X (Ghozali, 2014).