

## BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai Pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat berperilaku. Variabel adalah segala sesuatu yang memiliki perbedaan atau variasi nilai (Sekaran & Bougie, 2013:68). Nilai-nilai tersebut dapat berbeda untuk berbagai objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda. Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. Variabel bebas adalah salah satu yang mempengaruhi variabel terikat baik secara positif atau negatif (Sekaran & Bougie, 2013:69).

Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel bebas (*independent variable*) yang pertama pada penelitian ini adalah ekspektasi usaha (X) dengan sub variabel Persepsi kemudahan menggunakan, Kerumitan dan Kemudah belajar, variabel terikat (*dependent variable*) adalah minat berperilaku (Y) dengan sub variabel 1) Loyalitas , 2) Respon pada faktor eksternal, 3) Respon pada faktor internal, 4) WOM, dan 5) Pemakaian ulang.

Penelitian ini dilakukan pada pengguna *mobile payment*.. Penelitian ini dilakukan pada jangka waktu penelitian kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). Menurut Sekaran & Bougie (2013:177) mengungkapkan bahwa sebuah studi dapat dilakukan dengan data hanya sekali dikumpulkan, mungkin selama periode harian, mingguan, atau bulanan, dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian yang disebut dengan studi *one shot* atau *cross sectional*.

## 3.2 Metode Penelitian

### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama deskripsi dari sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar (Malhotra, 2010:100). Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mendeskripsikan, memberi gambaran secara sistematis, faktual dan akurat, mengatasi fakta-fakta, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki tanpa menghubungkan variabel lain atau membuat perbandingan. Maksud dari penelitian deskriptif ini yaitu untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai Pengaruh ekpektasi usaha terhadap minat berperilaku.

Penelitian verifikatif atau penelitian kausalitas yaitu penelitian untuk menguji kebenaran hubungan kausal (*cause and effect*) yaitu hubungan antara variabel independen (yang mempengaruhi) dengan variabel dependen (yang dipengaruhi) (Malhotra, 2010:85). Dalam penelitian ini akan diuji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai Pengaruh ekpektasi usaha terhadap minat berperilaku. pada pengguna *mobile payment* di Indonesia.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory survey*. *Explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan kedalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut (Malhotra, 2010:96). Penelitian eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel (Silalahi, 2012:30). Kesimpulan dari hasil penelitian survey ini berlaku umum (*general*) untuk seluruh wilayah yang menjadi sasaran. Berdasarkan pengertian *explanatory survey* menurut ahli, metode penelitian ini dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan kegiatan menjabarkan variabel ke dalam konsep teori dari variabel yang diteliti, indikator, ukuran dan skala yang bertujuan untuk mendefinisikan dan mengukur variabel. Mengoperasionalkan sesuatu konsep agar dapat diukur, dilakukan melalui melihat dimensi perilaku, aspek atau karakteristik yang ditunjukkan oleh suatu konsep, Hermawan (2009:95). Membedakan konsep teoritis dengan konsep analisis perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel. Agar dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis dalam suatu penelitian, maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel. Variabel adalah segala sesuatu yang memiliki perbedaan atau variasi nilai (Sekaran & Bougie, 2013:68).

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah ekspektasi usaha sebagai variabel independen (X). Variabel tersebut dicari bagaimana pengaruhnya terhadap minat berperilaku sebagai variabel dependen (Y). Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
Ekspektasi usaha (X)		Ekspektasi usaha adalah kemudahan penggunaan sistem informasi yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya				
		V. Venkatesh, Thong, & Xu. (2012) dan Viswanath Venkatesh, Morris, Davis, & Davis (2003)				
	Persepsi kemudahan menggunakan pengggu	Seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan				

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
	naa	bebas dari usaha				
(Venketsh et al., 2003)						
			Kejelasan	Tingkat kejelasan penggunaan aplikasi <i>mobile payment</i>	Interval	1
				Tingkat kejelasan bertransaksi menggunakan <i>monbile payment</i>	Interval	2
			Terampil	Tingkat menjadi mahir/terampil menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i>	Interval	3
				Tingkat menjadi mahir/terampil bertransaksi menggunakan <i>mobile payment</i>	Interval	4
			Usaha	Tingkat dalam menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i>	Interval	5
				Tingkat dalam bertransaksi menggunakan <i>mobile payment</i>	Interval	6
			Interaksi	Tingkat interaksi dengan aplikasi <i>mobile payment</i> tersebut jelas dan mudah dipahami.	Interval	7
				Tingkat interaksi bertransaksi dengan aplikasi <i>mobile payment</i> tersebut jelas dan mudah	Interval	8

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
				dipahami.		
			Kemudahan	Tingkat kemudahan dalam menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i>	Interval	9
				Tingkat kemudahan bertransaksi menggunakan <i>mobile payment</i>	Interval	10
			Kegunaan	Tingkat kegunaan dari aplikasi <i>mobile payment</i>	Interval	11
				Tingkat kegunaan dalam bertransaksi menggunakan <i>mobile payment</i>	Interval	12
	Kerumitan	Seberapa jauh suatu sistem dipersepsikan sebagai sesuatu yang secara relatif susah untuk dipahami dan digunakan.  (Venketsh et al., 2003)				
			Waktu penggunaan	Tingkat waktu bertransaksi menggunakan <i>mobile payment</i>	Interval	13
			Kerumitan	Tingkat kerumitan menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i>	Interval	14
				Tingkat kerumitan menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i>	Interval	15
	Kemudahan dipelajari					
			Waktu belajar	Tingkat waktu belajar menggunakan	Interval	16

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
			kan	aplikasi <i>mobile payment</i>		
				Tingkat waktu belajar bertransaksi menggunakan <i>mobile payment</i>	Interval	17
			Kemudahan untuk belajar	Tingkat kemudahan belajar menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i>	Interval	18
				Tingkat kemudahan belajar bertransaksi menggunakan <i>mobile payment</i>	Interval	19
			Mudah dikenali	Tingkat kemudahan mengenali <i>merchant</i> yang bekerjasama dengan <i>mobile payment</i>	Interval	20
			Mudah menemukan menu	Tingkat kemudahan menemukan fitur dalam aplikasi <i>mobile payment</i>	Interval	21
<b>Minat berperilaku (Y)</b>		Minat pemanfaatan sistem informasi ( <i>behavioral intention</i> ) didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat pengguna menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap informasi				
		(Jati, N, 2012)				
	Loyalitas	perilaku positif pelanggan pada perusahaan. Seseorang pelanggan dikatakan loyal, apabila pelanggan tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat				

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
		suatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam waktu tertentu dan merekomendasikan orang lain.				
			Loyal	Tingkat loyalitas bertransaksi menggunakan <i>mobile payment</i>	Interval	22
			Penggunaan	Tingkat penggunaan <i>mobile payment</i> dalam setiap melakukan transaksi pembelian	Interval	23
	Respon pada faktor eksternal	Respon pada produk karena factor dari luar diri sendiri				
			Promosi	Tingkat melakukan transaksi menggunakan <i>mobile payment</i> apabila ada promosi/diskon yang ditawarkan	Interval	24
	Respon pada faktor internal	Respon pada produk tertentu karena factor dalam diri sendiri				
			Respon dalam diri	TingkaY kebanggan dalam diri jika menggunakan <i>mobile payment</i> saat bertransaksi	Interval	25
	<i>WOM</i>					
			Merekome ndasikan	Tingkat keinginan merekomendasikan <i>mobile payment</i> pada lingkungan sekitar	Interval	26
	Pemakia n ulang					
			Penggunaa n dalam Waktu Dekat	Tingkat rencana akan melakukan transaksi menggunakan	Interval	27

Variabel 1	Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6	7
				<i>mobile payment</i> dalam waktu dekat		
			Rencana Mengguna kan	Tingkat akan menggunakan <i>mobile payment</i> saat bertransaksi dimasa yang akan datang	Interval	28
			Pengeceka n	Tingkat saldo pada aplikasi <i>mobile payment</i>	Interval	29
			Mengguna kan kembali	Tingkat menggunakan <i>mobile payment</i> dalam pembayaran (puls, paket internet, listrik, dll)	Interval	30

Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan data dan jurnal

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel yang diteliti, maka harus diproses terlebih dahulu untuk memperoleh informasi yang diperlukan bagi suatu penelitian. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya, sedangkan data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi dan data ini dapat ditemukan dengan cepat serta tidak mahal (Malhotra, 2010:120-121). Berikut adalah sumber data dalam penelitian ini:

1. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi. Pada penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden, sesuai



dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yakni survei pada pengguna *mobile payment*.

2. Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal). Pada penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, jurnal, artikel serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian.

Sumber data primer dapat diperoleh melalui hasil survei yang dilakukan pada pengguna *mobile payment*. Sumber data sekunder diantaranya diperoleh dari jurnal-jurnal ilmiah, internet, data perusahaan dan berbagai sumber informasi lainnya. Secara lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.2 sebagai berikut:

**TABEL 3. 2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Pengguna system pembayaran <i>e-money</i> di Indonesia 2014	Sekunder	Data diolah
2.	Penetrasi penggunaan internet di Indonesia 2015	Sekunder	inet.detik.com
3.	Internet untuk layanan keuangan di Asia	Sekunder	m.tempo.co
4.	Lembaga Riset Telematika Sharing Vision 2016	Sekunder	economy.okezone.com
5.	Lembaga penelitian Microsave	Sekunder	m.tempo.co diakses
6.	Metode pembayaran yang banyak digunakan masyarakat indonesia 2015	Sekunder	<a href="http://swa.co.id/technology/transaksi-e-money-capai-rp-39-miliarhari-bi-genjot-terus-cashless-banking">http://swa.co.id/technology/transaksi-e-money-capai-rp-39-miliarhari-bi-genjot-terus-cashless-banking</a>
7.	Data jumlah pengguna <i>mobile payment</i> di indonesia	Sekunder	Data diolah

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
8.	Tanggapan Responden mengenai Ekspektas Usaha		Hasil kuesioner penelitian pada pengguna <i>mobile payment</i>
9.	Tanggapan Responden mengenai Minat Berperilaku		Hasil kuesioner penelitian pada pengguna <i>mobile payment</i>

Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan data 2017

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal menarik yang ingin diteliti (Sekaran & Bougie, 2013:240). Pendapat lain dari (Malhotra, 2010:130) mengungkapkan bahwa populasi adalah keseluruhan semua elemen berbagi beberapa seperangkat karakteristik yang terdiri dari alam semesta untuk tujuan riset masalah pemasaran.

Tujuan utama penarikan sampel adalah untuk memperoleh informasi tentang populasi Hermawan (2009:145). Dengan mempersempit batasan populasinya, maka kita akan mendapatkan populasi sasaran. Populasi sasaran merupakan populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian atau populasi yang benar-benar akan dijadikan sumber data. Sebuah penelitian menghasilkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk sasaran yang telah ditentukan. Adapun rincian populasi sasaran yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

**TABEL 3.3**  
**POPULASI PENGGUNA *MOBILE PAYMENT***

<i>Brand</i>	<i>Pengguna Mobile Payment</i>
T-Cash (Telkomsel)	17.000.000
Dometku (Indosat)	2.000.000
XL Tunai (XL)	1.200.000
<b>Jumlah</b>	<b>20.200.000</b>

Sumber : Data diolah 2017

Berdasarkan Tabel 3.3, maka yang menjadi populasi sasaran pada penelitian ini adalah pengguna *mobile payment* T-Cash, Dompetku dan XL Tunai dengan total sebanyak 20.200.000 (Sumber: Data diolah 2017).

### 3.2.4.2 Sampel

Suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia. Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel demikian subkelompok atau bagian dari populasi (Sekaran & Bougie, 2013:241). Mempelajari sampel, peneliti harus mampu menarik kesimpulan yang digeneralisasikan. Sampel adalah sub-kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi (Malhotra, 2010:364). Memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah  $n$ .

Berdasarkan pengertian sampel yang dikemukakan di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian. Perhitungan jumlah Sampel menggunakan rumus Harun Al Rasyid.

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad (\text{Harun Al-Rasyid, 1994:44})$$

Sedangkan  $n_0$  dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[ \frac{Z(1 - \frac{\alpha}{2})S}{\delta} \right]^2 \quad (\text{Harun Al-Rasyid, 1994:44})$$

#### Keterangan:

N = Populasi

- n = Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit  
 S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Emperical Rule*  
 $\delta$  = **Bound of error yang bisa ditolerir atau dikehendaki sebesar 5%**

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari Jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

- a. Distribusi skor berbentuk kurva distribusi  
 b. Jumlah item = 27  
 c. Nilai tertinggi skor responden : (27x7) = 189  
 d. Nilai terendah skor responden : (27x1) = 27  
 e. Rentang = Nilaitertinggi – Nilai terendah = 189-27 = 162  
 f. S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviation*) diperoleh: S = (0,21) (162) = 34,02

Diperoleh S = (0,21) R berdasarkan pengamatan dari hasil reponden yang telah menjawab kuesioner yang berskala 1-7, bahwa responden menjawab pada salah satu skor 5 dan 6 atau miring ke kanan.

- g. Dengan derajat kepercayaan = 95% dimana  $\alpha = 5\%$

$$Z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) = Z_{0,975} = 1,96$$

Adapun perhitungan ukuran sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai  $n_0$  lebih dahulu, yaitu:

$$n_0 = \left[ \frac{Z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right)S}{\delta} \right]^2 = \left[ \frac{(1,96)(34,02)}{5} \right]^2 = \left[ \frac{66,6792}{5} \right]^2 = n_0 = 177,84462851$$

Nilai  $n_0$  sudah diketahui yaitu sebesar 178, setelah itu kemudian dilakukan penghitungan untuk mencari nilai n untuk mencari jumlah sampel yang akan diteliti.

Setelah itu kemudian dilakukan penghitungan untuk mencari nilai  $n$  untuk mencari jumlah sampel yang akan diteliti.

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$n = \frac{177,84462851}{1 + \frac{177,84462851}{20200000}}$$

$$n = \frac{177,84462851}{1,0000088042}$$

$$n = 177,84306274$$

$$n \approx 178$$

$$n \approx 180 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan dengan  $\alpha = 0.05$  maka diperoleh ukuran sampel ( $n$ ) minimal sebanyak 170 orang. Baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik untuk jaminan agar sampel yang digunakan menjadi representatif (Surakhmad, 2004:100)

**TABEL 3. 4**  
**PROPOSI PENYEBARAN SAMPEL**

No.	Perusahaan	N	n
1	T-Cash (Telkomsel)	17.000.000	17.000.000/20.200.000 X 180 = 156,485 $\approx$ 156
2	Dompetku (Indosat)	2.000.000	2.000.000/20.200.000 X 180 = 12,82 $\approx$ 13
3	XL Tunai	1.200.000	1.200.000/20.200.000 X 180 = 10,69 $\approx$ 11
<b>Jumlah</b>		20.200.000	180

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Sekaran & Bougie, 2013:244). Penarikan sampel merupakan suatu proses pemilihan sejumlah elemen dari populasi sehingga dengan mempelajari

sampel, suatu pemahaman karakteristik subjek sampel akan memungkinkan untuk menggeneralisasi karakteristik elemen populasi. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability* yaitu *simple random sampling*.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *simple random sampling* karena seluruh populasi yaitu pengguna *mobile payment* T-Cash, Dompetku dan XL Tunai memiliki hak dan kesempatan yang sama untuk direpresentasikan menjadi sampel. Sehingga tidak ada kesan subjektif peneliti dalam memilih subjek untuk dijadikan sampel. Teknik sampel acak sederhana atau *simple random sampling* adalah proses memilih satuan *sampling* sedemikian rupa sehingga setiap satuan *sampling* dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk terpilih ke dalam sampel (Sanusi, 2011:89).

*Simple Random Sampling (SRS)* merupakan teknik pengambilan sampel probabilistik yang paling sederhana dimana satuan pengamatan mempunyai peluang yang sama untuk terpilih ke dalam sampel. Teknik ini digunakan apabila variabel yang akan diteliti keadaannya relatif homogen dan tersebar merata di seluruh populasi. Keuntungannya *simple random sampling* adalah rumus-rumus perhitungannya relatif lebih sederhana, tidak memerlukan pembobotan dan semua teknik-teknik statistika standar bisa diterapkan secara langsung. Kerugiannya adalah kemungkinan proses randomisasi (pemilihan secara random) tidak menjamin 100 persen terutama jika satuan pengamatan tidak menyebar merata, dan jika ukuran populasi dan ukuran sampel relatif sangat besar maka pemilihan *simple random sampling* secara manual sulit dilakukan, misalnya pada saat menyusun kerangka *sampling (sampling frame)*.

Semua populasi survei yaitu pada pengguna *mobile payment* T-Cash, Dompetku dan XL Tunai memiliki kesempatan untuk terpilih sebagai sampel secara acak oleh peneliti. Oleh karena itu hak setiap subjek sama, sehingga tidak ada kesan subjektif peneliti dalam memilih subjek untuk dijadikan sampel.

Jumlah populasi sebanyak 20.200.000 orang, kemudian peneliti melakukan penarikan sampel pada 310 pengguna *mobile payment* T-Cash Wallet, DOmpetku dan

XL Tunai di Indonesia secara *online*, berikut adalah perhitungan di tabel 3.5 sebagai berikut :

**TABEL 3.5**  
**PROPOSRSI JUMLAH SAMPEL PENGGUNA *MOBILE PAYMENT* T-CASH, DOMPETKU DAN XL TUNAI DI INDONESIA**

Provider	Responden	Jumlah Responden	Rumus Poporsi	Sampel Proporsi
T-Cash	Pelajar	1.038.889	$\frac{1.038.889}{17.000.000} \times 180$	11
	Mahasiswa	6.800.000	$\frac{6.800.000}{17.000.000} \times 180$	72
	Pegawai Swasta	3.116.667	$\frac{3.116.667}{17.000.000} \times 180$	33
	PNS	1.133.333	$\frac{1.133.333}{17.000.000} \times 180$	12
	Wirausaha	2.172.222	$\frac{2.172.222}{17.000.000} \times 180$	23
	TNI/POLRI	0	$\frac{0}{17.000.000} \times 180$	0
	Lainnya	472.222	$\frac{472.222}{17.000.000} \times 180$	5
<b>JUMLAH</b>		17.000.000		156
Dompotku	Pelajar	44.444	$\frac{44.444}{2.000.000} \times 180$	4
	Mahasiswa	44.444	$\frac{44.444}{2.000.000} \times 180$	4
	Pegawai Swasta	33.333	$\frac{33.333}{2.000.000} \times 180$	3
	PNS	0	$\frac{0}{2.000.000} \times 180$	0
	Wirausaha	22.222	$\frac{22.222}{2.000.000} \times 180$	2
	TNI/POLRI	0	$\frac{0}{2.000.000} \times 180$	0
	Lainnya	0	$\frac{0}{2.000.000} \times 180$	0
<b>JUMLAH</b>		2.000.000		13
XL Tunai	Pelajar	0	$\frac{0}{1.200.000} \times 180$	0
	Mahasiswa	40.000	$\frac{40.000}{1.200.000} \times 180$	6
	Pegawai Swasta	13.333	$\frac{13.333}{1.200.000} \times 180$	2
	PNS	6.667	$\frac{6.667}{1.200.000} \times 180$	1

Wirausaha	13.333	$\frac{13.333}{1.200.000} \times 180$	2
TNI/POLRI	0	$\frac{0}{1.200.000} \times 180$	0
Lainnya	0	$\frac{0}{1.200.000} \times 180$	0
<b>JUMLAH</b>	1.200.000		11
<b>TOTAL</b>	20.200.000		180

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian (Sekaran & Bougie, 2013:116). Beberapa metode pengumpulan data memiliki masing-masing kelebihan dan kekurangan tersendiri. Masalah diteliti dengan menggunakan metode yang tepat sangat meningkatkan nilai penelitian. Memperoleh data yang lengkap, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik penelitian sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan, yaitu suatu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, *website* dan majalah untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari *effort expectancy*, *social influence* dan *behavioral intention*.
2. Studi lapangan yang terdiri dari penyebaran seperangkat pertanyaan dalam kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada pengguna *mobile payment* T-Cash, Dompetku dan XL Tunai. Dalam kuesioner ini peneliti mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator pada variabel *effort expectancy*, *social influence* dan *behavioral intention*. Kemudian memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang tepat. Kuesioner yang disebar oleh peneliti di sebar secara umum kepada responden. Langkah-langkah penyusunan kuesioner adalah sebagai berikut:
  - a. Menyusun kisi-kisi angket atau daftar pertanyaan.
  - b. Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawabannya. Jenis instrumen yang digunakan dalam angket merupakan instrumen yang bersifat tertutup,



yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.

- c. Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pertanyaan diberi nilai dengan skala Interval.
3. Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari ekspektasi usaha dan minat berperilaku. Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu: a) Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia, b) Skripsi, c) Jurnal penelitian pemasaran, dan d) Media elektronik (Internet).
  4. Wawancara yaitu dengan melakukan pertanyaan secara lisan dalam pertemuan tatap muka langsung terhadap individu atau kelompok yang sedang diteliti, dalam hal ini wawancara dibedakan menjadi dua macam yaitu:
    - a. Wawancara terstruktur, yang digunakan apabila telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang diperoleh.
    - b. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap dengan pengumpulan datanya.

### 3.2.6 Rancangan Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Suatu penelitian data merupakan hal yang sangat penting, karena data merupakan penggambaran variabel yang akan diteliti, serta berfungsi untuk membentuk hipotesis. Benar atau tidaknya suatu 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 *reliable*. Pengujian validitas dan reabilitas pada penelitian ini dilaksanakan menggunakan alat bantu software komputer SPSS (*Statistical Product for Service Solution*)21.0 for Windows.

### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Penelitian mengenai pengaruh strategi komunikasi pemasaran terpadu terhadap keputusan penggunaan konsumen pada pengguna *Mobile Payment*, dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel Ekspektasi Usaha (X) yang memiliki sub variabel diantaranya Persepsi kemudahan menggunakan ( $X_1$ ), Kerumitan ( $X_2$ ), dan Kemudah belajar ( $X_3$ ) terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel Minat Berperilaku (Y), dengan menafsirkan data yang terkumpul dari responden melalui kuisisioner.

Validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu (Sekaran & Bougie, 2013:225). Validitas menurut N K Malhotra (2009:316) definisikan sebagai sejauh mana perbedaan benar dalam apa yang sedang diukur bukan kesalahan sistematis atau acak. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari suatu instrumen, artinya bahwa instrument yang dipakai benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono (2014:361) menyatakan bahwa validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Oleh karena itu mutu hasil penelitian ditentukan oleh benar tidaknya atau kevalidan data.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner 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. Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas menurut Sekaran (2008:110) adalah sebagai berikut:

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.

4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n(\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2][n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}}$$

(Sugiyono, 2013:248)

**Keterangan:**

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item

Y = Skor Total

$\Sigma X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\Sigma Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\Sigma X^2$  = Jumlah kuadrat dalam distribusi X

$\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam distribusi Y

n = Banyak responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  lebih kecil dari  $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) n-2 (30-2=28), maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361

Penelitian ini dilakukan dua kali pengujian validitas, pada pengujian pertama terdapat sub variabel yang tidak valid. Item-item maupun sub variabel yang tidak

valid tersebut dihilangkan dalam kuesioner lalu dilakukan pengujian ulang. Hasil uji validitas sebagai berikut:

**TABEL 3. 6**  
**HASIL UJI VALIDITAS EKSPEKTASI USAHA**

No.	PERNYATAAN	r hitung	r tabel	KET
<b>Persepsi Kemudahan</b>				
1.	Kejelasan menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i>	0,833	0,361	VALID
2.	Kejelasan bertransaksi menggunakan <i>mobile payment</i>	0,830	0,361	VALID
3.	Kemudahan menjadi mahir/terampil menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i>	0,649	0,361	VALID
4.	Kemudahan menjadi mahir/terampil bertransaksi menggunakan <i>mobile payment</i>	0,846	0,361	VALID
5.	Pengeralahan tenaga dan pikiran dalam menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i>	0,795	0,361	VALID
6.	Interaksi dengan aplikasi <i>mobile payment</i> jelas dan mudah	0,740	0,361	VALID
7.	Interaksi saat bertransaksi dengan <i>mobile payment</i> jelas dan mudah	0,737	0,361	VALID
8.	Kemudahan dalam menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i>	0,645	0,361	VALID
9.	Kemudahan bertransaksi menggunakan <i>mobile payment</i>	0,638	0,361	VALID
10.	Manfaat dari bertransaksi (di merchart, pembayaran pulsa, paket internet, listrik, dll) menggunakan <i>mobile payment</i>	0,555	0,361	VALID
<b>Kerumitan</b>				
11.	Kerumitan menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i>	0,730	0,361	VALID
12.	Kerumitan bertransaksi menggunakan <i>mobile payment</i>	0,820	0,361	VALID
<b>Kemudahan Dipelajari</b>				
13.	Waktu yang diperlukan untuk belajar menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i>	0,823	0,361	VALID
14.	Waktu yang diperlukan untuk belajar dalam bertransaksi menggunakan <i>mobile payment</i>	0,847	0,361	VALID
15.	Kemudahan belajar menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i>	0,867	0,361	VALID
16.	Kemudahan belajar dalam bertransaksi menggunakan <i>mobile payment</i>	0,784	0,361	VALID
17.	Kemudahan dalam mengenali <i>merchant</i> yang berkerjasama dengan <i>mobile payment</i>	0,771	0,361	VALID
18.	Kemudahan menggunakan dan menemukan fitur pada aplikasi <i>mobile payment</i>	0,761	0,361	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2017 (Menggunakan SPSS 21.00 *For Windows*)

Berdasarkan kuesioner yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ), maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361 dari tabel hasil pengujian validitas diketahui bahwa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden seluruhnya dinyatakan valid karena memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  sehingga pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

Berdasarkan Tabel 3.5 pada instrumen variabel komunikasi pemasaran terpadu dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada sub variabel kemudahan dipelajari dengan item pertanyaan kemudahan belajar menggunakan aplikasi *mobile payment* yaitu sebesar 0,867 dan nilai terendah terdapat pada sub variabel ekspektasi kemudaha dengan item pernyataan manfaat dari bertransaksi (di merchart, pembayaran pulsa, paket internet, listrik, dll) menggunakan *mobile payment* yaitu sebesar 0,555. Terdapat 2 sub variabel yang tidak valid, yaitu sub variabel persepsi kemudahan dengan item pernyataan manfaat yang dirasakan dalam aplikasi *mobile payment* sebesar 0,133 dan sub variable kerumitan dengan item pernyataan Waktu yang diperlukan dalam bertransaksi menggunakan *mobile payment* sebesar 0,336.

Hasil uji coba penelitian untuk variabel minat berperilaku berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for windows*, menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid, karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan skor  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,361. Berikut ini Tabel 3.6 mengenai hasil uji validitas variabel minat berperilaku yang pada penelitian ini dijadikan sebagai variabel Y.

**TABEL 3. 7**  
**HASIL UJI VALIDITAS MINAT BERPERILAKU**

No.	PERNYATAAN	r hitung	r tabel	KET
<b>Loyalitas</b>				
1.	Loyalitas bertransaksi menggunakan <i>mobile payment</i>	0,818	0,361	VALID
2.	Menggunakan <i>mobile payment</i> dalam setiap bertransaksi	0,829	0,361	VALID
<b>Respon pada Faktor Eksternal</b>				
3.	Melakukan transaksi menggunakan <i>mobile payment</i> apabila ada promosi/diskon yang ditawarkan	0,615	0,361	VALID
<b>Respon pada Faktor Internal</b>				
4.	Kebanggaan dalam diri menggunakan <i>mobile payment</i> saat bertransaksi	0,817	0,361	VALID
<b>WOM</b>				
5.	Keinginan merekomendasikan <i>mobile payment</i> pada lingkungan sekitar	0,781	0,361	VALID
<b>Pemakaian Ulang</b>				
6.	Akan melakukan transaksi menggunakan <i>mobile payment</i> dalam waktu dekat	0,821	0,361	VALID
7.	Akan selalu menggunakan <i>mobile payment</i> saat bertransaksi dimasa yang akan datang	0,706	0,361	VALID

No.	PERNYATAAN	r hitung	r tabel	KET
8.	Selalu mengecek saldo pada aplikasi <i>mobile payment</i>	0,617	0,361	VALID
9.	Selalu menggunakan <i>mobile payment</i> dalam pembayaran (pembayaran pulsa, paket internet, listrik, dll)	0,637	0,361	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2017 (Menggunakan SPSS 21.00 *For Windows*)

Berdasarkan Tabel 3.6 pada instrumen variabel keputusan pembelian konsumen dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi loyalitas dengan item pernyataan menggunakan *mobile payment* dalam setiap bertransaksi yang bernilai 0,829 dan nilai terendah terdapat pada dimensi pemakaian ulang dengan item selalu mengecek saldo pada aplikasi *mobile payment* yang bernilai 0,617.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan (Riduwan, 2009:102). Reliabilitas adalah cara pengujian mengenai seberapa konsisten konsep alat ukur tersebut (Sekaran & Bougie, 2013:225). Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan 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.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya dan karena hasilnya yang konsisten itu, maka suatu instrumen dapat dipercaya (*reliable*) atau dapat diandalkan (*depenable*). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian. Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber : Husein Umar (2014:170)

**Keterangan :**  $r_{11}$  : Reliabilitas instrumen  
 $k$  : Banyaknya butir pertanyaan  
 $\sum \sigma b^2$  : Jumlah varian total  
 $\sigma_1^2$  : Varian total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini :

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

**Keterangan :**  $n$  : Jumlah responden  
 $x$  : Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Hasil uji reliabilitas ditentukan oleh ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ) maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for Windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$ . Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 3.8 berikut:

**TABEL 3. 8**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No.	Variabel	r hitung	r tabel	KET.
1.	Ekspektasi Usaha	0,766	0,361	Reliabel
2.	Minat Bereperilaku	0,775	0,361	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2017 (Menggunakan SPSS 21.00 *For Windows*)

### 3.2.6.3 Hasil Pengujian Normalitas

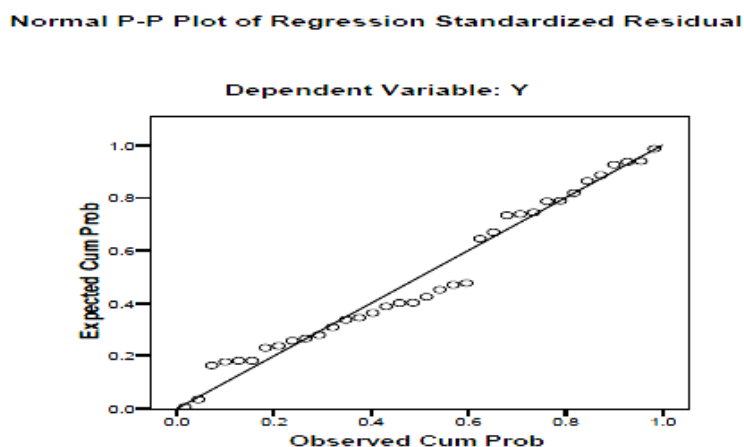
Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah populasi memiliki distribusi normal atau tidak. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data (Sugiyono, 2013). Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian signifikansi koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian secara visual dapat dilakukan dengan metode gambar normal *probability plots* dalam SPSS. Untuk melihat populasi tersebut memiliki distribusi yang normal atau tidak, maka digunakan cara membaca interpretasi grafik yakni fata yang memiliki distribusi normal apabila semua pencaran titik-titik yang diperoleh berada di sekitar garis lurus. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Hasil pengujian normalitas *Probabilty Plot* yang dilakukan pada program SPSS 21.0 *for windows* dikatakan bahwa grafik plot memberikan distribusi yang melenceng ke kanan yang artinya data berdistribusi normal, asumsi normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.1 berikut :



**GAMBAR 3. 1**  
**GARIS NORMALP-PLOT VARIABEL EKSPEKTASI USAHA TERHADAP**  
**MINAT BERPERILAKU**



(Menggunakan SPSS 21.0 *for Windows*)

Gambar 3.1 diatas menunjukkan bahwa titik-titik yang terlihat pada grafik *P-Plot* mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

### 1.2.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

#### 3.2.7.1 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dirancang dan diarahkan untuk menjawab masalah yang telah diajukan. Menurut Sanusi (2011:115) teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya.

Menurut Asep Hermawan (2009:210), setelah data dikumpulkan proses selanjutnya dilakukan persiapan dan analisis data. Adapun tahap-tahap dalam persiapan data sebagai berikut :

1. Validasi data (*validation*). Yaitu merupakan proses penentuan apakah suatu wawancara dalam survei atau observasi dilakukan dengan benar dan bebas bias.
2. Data *editing* dan *coding*. *Editing* merupakan proses dimana data mentah (*raw data*) diperiksa dari kesalahan yang dilakukan oleh pewawancara atau responden.

Sedangkan *coding* merupakan pengelompokan dan pemberian nilai terhadap berbagai respon dari instrument survei.

3. Data *entry*. Yaitu merupakan prosedur yang digunakan untuk memasukan data ke dalam komputer untuk dianalisis lebih lanjut.
4. Tabulasi data. Yaitu proses sederhana untuk menghitung jumlah observasi yang diklasifikasikan kedalam beberapa kategori.
5. Deteksi kesalahan. Yaitu menentukan apakah *software* yang digunakan untuk data *entry* dan tabulasi akan memungkinkan peneliti melakukan *error edit routines*.
6. Pemrosesan data dan analisis data. Dalam pemrosesan data penelitian menggunakan teknologi. Beberapa paket statistik yang dapat digunakan untuk pengolahan dan analisis data, antara lain : SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*).

Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. *Editing*, yaitu pemeriksaan kuisisioner di mana data mentah (*raw data*) diperiksa dari kesalahan yang dilakukan oleh pewawancara atau responden. Pemeriksaan tersebut menyangkut kelengkapan pengisian kuisisioner secara menyeluruh.
2. *Scoring*, yaitu menghitung bobot nilai dengan skala *interval*. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *interval* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif sebagai berikut. Rentang dalam penelitian ini yaitu sebanyak tujuh angka seperti tabel 3.8 sebagai berikut :

**TABEL 3. 9**  
**SKOR ALTERNATIF JAWABAN**

Alternatif Jawaban	Rentang Jawaban		Sangat Tidak Menarik / Tidak Beragam / Sangat Tidak Sigap / Sangat Tidak Dipertimbangkan / Sangat Tidak Tersedia / Sangat Tidak Bagus / Sangat Tidak Aman / Sangat Tidak Tepat / Sangat Tidak Sesuai / Sangat Tidak Terpenuhi / Sangat Rendah	
	Sangat Menarik / Mudah / Sangat Beragam / Sangat Sigap / Sangat Dipertimbangkan / Sangat Tersedia / Sangat Bagus / Sangat Aman / Sangat Tepat / Sangat Sesuai / Sangat Terpenuhi / Sangat Tinggi	Sangat Tidak Menarik / Tidak Beragam / Sangat Tidak Sigap / Sangat Tidak Dipertimbangkan / Sangat Tidak Tersedia / Sangat Tidak Bagus / Sangat Tidak Aman / Sangat Tidak Tepat / Sangat Tidak Sesuai / Sangat Tidak Terpenuhi / Sangat Rendah	Sangat Tidak Menarik / Tidak Beragam / Sangat Tidak Sigap / Sangat Tidak Dipertimbangkan / Sangat Tidak Tersedia / Sangat Tidak Bagus / Sangat Tidak Aman / Sangat Tidak Tepat / Sangat Tidak Sesuai / Sangat Tidak Terpenuhi / Sangat Rendah	Sangat Tidak Menarik / Tidak Beragam / Sangat Tidak Sigap / Sangat Tidak Dipertimbangkan / Sangat Tidak Tersedia / Sangat Tidak Bagus / Sangat Tidak Aman / Sangat Tidak Tepat / Sangat Tidak Sesuai / Sangat Tidak Terpenuhi / Sangat Rendah
		←————→		

	Tinggi/Sangat Tertarik/Sangat Ingin/Sangat Bersedia	Tertarik/Sangat Ingin/Sangat Bersedia	Tidak Tertarik
Positif	7 6 5 4 3 2 1		
Negatif	1 2 3 4 5 6 7		

Sumber: Modifikasi dari Riduwan (2013:91)

3. Tabulasi, yaitu suatu proses sederhana untuk menghitung jumlah observasi yang diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori. Kemudian dihitung dan dijumlahkan sampai terwujud dalam bentuk tabel yang berguna.

**TABEL 3. 10**  
**TABULASI DATA PENELITIAN**

Resp.	Skor Item						Total
	1	2	3	4	...	N	
1							
2							
...							
N							

#### 4. Pengujian

Untuk menguji hipotesis di mana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode verifikatif, maka dilakukan regresi sederhana. Karena penelitian ini menganalisis hubungan korelatif dua variabel, yaitu ekpektasi usaha (X) dan minat berperilaku (Y) maka digunakan regresi sederhana.

##### 3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Data mentah yang terkumpul dari hasil kuesioner harus diolah agar diperoleh makna untuk memecahkan masalah yang di teliti. Adapun alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikansinya. Angket ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis Deskriptif *Effort Expectancy* (X)

Variabel X<sub>1</sub> terfokus pada penelitian terhadap *effort expectancy* yang meliputi: *perceived ease of use*, *complexity* dan *easy of learning*.

## 2. Analisis Deskriptif *Behavioral Intention* (Y)

Variabel Y terfokus pada penelitian terhadap *behavioral intention* yang meliputi: *loyalty to company (loyalty)*, *external response to problem (external response)* dan *internal response to problem (internal response)*., WOM.

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.10 sebagai berikut:

**TABEL 3. 11**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

NO	KRITERIA PENAFSIRAN	KETERANGAN
1	0%	Tidak Seorangpun
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 : (Ali, 1998:184)

Secara keseluruhan variabel stimulus pemasaran dapat diketahui kedudukannya berdasarkan skor yang didapat berdasarkan data dari Tabel 3.10, dimana nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria skor standar, yang didapat melalui skor ideal dan skor terkecil, sehingga melalui skor standar tersebut dapat diketahui daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari variabel stimulus pemasaran, hal tersebut dapat dicari dengan rumus Sugiyono () sebagai berikut :

Nilai Indeks Maksimum = Skor tertinggi x Jumlah item x Jumlah responden

Nilai Indeks Minimum = Skor Terendah x Jumlah item x Jumlah responden

Jarak Interval = [nilai maksimum - nilai minimum] : 7

Persentase Skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100

Hasil dari perhitungan kontinum tersebut maka dapat digambarkan pada daerah kontinum dari hasil penelitian mengenai wilayah ideal dari variabel stimulus pemasaran seperti pada Gambar 3.2 berikut:

Sangat rendah	Cukup rendah	Rendah	Sedang	Cukup tinggi	Tinggi	Sangat tinggi
---------------	--------------	--------	--------	--------------	--------	---------------

**GAMBAR 3. 2**

**GARIS KONTINUM**

**3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif Menggunakan Regresi Linear Sederhana**

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh *effort expectancy* (X) terhadap *behavioural intention* (Y) yaitu menggunakan analisis regresi linear sederhana karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel. Analisis ini dipergunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel independen (X) yaitu *effort expectancy* terhadap variabel dependen (Y) yaitu *behavioural intention*.

Definisi regresi sederhana menurut Albert Kurniawan (2010:43) ialah “sebagai pengaruh antara 2 variabel saja, dimana terdiri dari variabel *independent* (bebas) dan untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (*prediction*)”

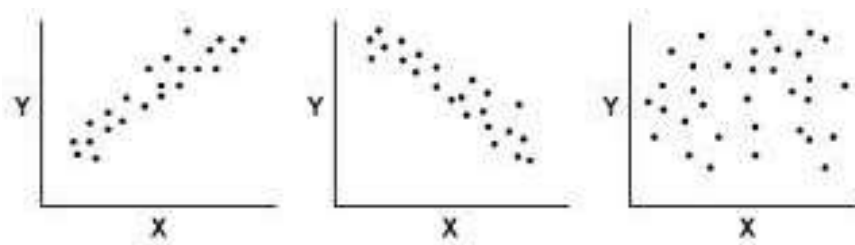
Regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen yaitu dengan satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian produk. Analisis regresi linear sederhana dapat dilakukan jika memenuhi asumsi dan persyaratan analisis, selain data harus berskala interval, data juga harus berdistribusi normal, berpola linear dan homogen (Riduan dan Sunarto, 2009:98).

**1. Asumsi Analisis Regresi Linear Sederhana**

**a. Diagram Pencar**

Pada diagram pencar, terdapat gambaran secara kasar bahwa pola hubungan variabel X (*effort expectancy*) atas variabel Y (*behavioural intention*) adalah pola

hubungan linier, maka cukup beralasan mengatakan bahwa model hubungan ini model regresi sederhana yaitu  $Y = b_0 + b_1 X + e$ . Dari sampel model yang dipergunakan adalah  $Y = b_0 + b_1 X + e$ .



*Positive Correlation      Negative Correlation      No Correlation*

### GAMBAR 3. 3 MODEL DIAGRAM PENCAR

Gambar 3.3 menunjukkan model dari diagram pencar, jika titik-titik penyebaran berada pada arah kiri bawah ke kanan atas maka hubungan antara X dan Y adalah positif, jika titik-titik penyebaran ada pada kiri atas ke kanan bawah maka hubungan X dan Y adalah negatif, dan jika titik-titik penyebaran berada pada posisi yang sembarangan maka tidak ada hubungan antara X dan Y.

#### b. Uji Titik Terpencil

Setelah diketahui model diagram pencar dan telah menunjukkan pola garis lurus atau linear, langkah selanjutnya adalah memperlihatkan titik-titik yang letaknya terpencil pada diagram pencar. Titik yang ditemukan pada diagram pencar perlu diuji apakah titik tersebut merupakan titik terpencil atau tidak, jika titik tersebut merupakan titik terpencil maka titik itu harus dikeluarkan dari analisis. Mengeluarkan titik terpencil pada analisis menggunakan *test for outlier in regression analysis* dengan perumusan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$ : Titik tersebut bukan merupakan titik terpencil

$H_1$ : Titik tersebut merupakan titik terpencil

Statistik uji yang digunakan menurut Nirwana SK Sitepu (1994:19) adalah:

$$t = \frac{Y - Y^{\wedge}}{S_{y-y^{\wedge}}}$$

(Nirwana Sk Sitepu, 1994:19)

**Keterangan:**

$\hat{Y}$ : variabel dependen atau nilai variabel yang diprediksikan.

Y: skor nilai variabel dependen

$S_y$ : Standar error untuk Y

Dimana kriteria yang digunakan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

$t >$ : Tolak, artinya titik yang mencurigakan dianggap sebagai titik terencil dan harus dikeluarkan dari analisis.

$t \leq$ : Terima, artinya titik yang mencurigakan tidak dianggap sebagai titik terencil dan tidak perlu dikeluarkan dari analisis.

**c. Uji Linieritas**

Uji linieritas regresi variabel X atas variabel Y, dimaksudkan untuk mengetahui kemungkinan adanya hubungan linear antara variabel X dan variabel Y. Uji linieritas dimaksudkan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Model ujikelinieran pada regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$JK(T) = \sum Y^2$$

$$JK(A) = \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

$$JK(b|a) = b \left\{ \sum XY \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n} \right\}$$

$$= \frac{[n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)^2]}{n[n \sum X^2 - (\sum X)^2]}$$

$$JK(S) = JK(T) - JK(a) - JK(b|a)$$

$$JK(TC) = \sum_{xi} \left\{ \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n_i} \right\}$$

$$JK(G) = JK(S) - JK(TC)$$

Sumber: (Sugiyono, 2013)

**Dimana :**

JK(T) = Jumlah Kuadrat Total

JK(a) = Jumlah Kuadrat Koefisien a

JK(b|a) = Jumlah Kuadrat Regresi (b|a)

JK(S) = Jumlah Kuadrat Sisa

JK(TC) = Jumlah Kuadrat Tuna Cocok

JK(G) = Jumlah Kuadrat Galat

Pengujian linieritas data dapat dibuktikan melalui tes  $F_{test}$ . Berdasarkan tabel ANOVA, dapat diketahui besarnya  $F_{hitung}$  melalui uji ANOVA atau  $F_{test}$  sedangkan besarnya  $F_{tabel}$  diperoleh dengan melihat F melalui dk pembilang (dk tuna cocok, k-2) dan dk penyebut (dk kesalahan, n-k) dengan taraf kesalahan = 0,05. Dengan kriteria, ditolak hipotesis model regresi linier jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak artinya data tidak linear. Jika sebaliknya  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima artinya data linear. Dalam penelitian ini pengujian linear dibantu dengan menggunakan program SPSS 21.0 *for windows*.

## 2. Analisis Regresi Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen Sugiyono (2013:250). Model regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

(Sugiyono, 2013:250)

### Keterangan:

Y = subjek/nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan

X = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

a = harga Y bila X=0 (harga konstan)

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabelindependen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

Dalam penelitian ini pengujian dibantu dengan menggunakan program SPSS 21.0 *for windows*.



### 3.2.8.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Koefisien determinasi digunakan untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y, sehingga diketahui besarnya persentase pengaruh variabel X terhadap Y. koefisien determinasi dapat diketahui dengan rumus yang dikemukakan Riduwan (2008:136), yaitu:

$$KD=r^2 \times 100\%$$

#### Keterangan :

KD : koefisien determinasi

r : koefisien korelasi

100% : konstanta

Selanjutnya untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada diantara 0-100%.

Jika nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 0% berarti semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada Tabel 3.6 berikut

**TABEL 3. 12**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI PENGARUH**  
**(GUILFORD)**

NO	Besar Koefisien	Klasifikasi
1	0,00-0,199	Sangat Rendah
2	0,20-0,399	Rendah
3	0,40-0,599	Sedang
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2013:9)

### 3.2.8.4 Pengujian Hipotesis

Sebagai langkah akhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linear. Untuk menguji koefisien korelasi antar variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student (*t-student*). Rumus dari *t-student* adalah:

$$Uji\ t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

(Sugiyono, 2013:366)

#### Keterangan :

$t$  = distribusi *student*

$r$  = koefisien korelasi *product moment*

$n$  = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari terlebih dahulu nilai dari  $t_{hitung}$  dan dibandingkan dengan nilai dari  $t_{tabel}$ , dengan taraf kesalahan  $\alpha = 5\%$  atau  $\alpha = 0,05$  dengan derajat dk ( $n-2$ ) serta uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan, maka:

$t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$H_0 : \rho > 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif dari ekspektasi usaha terhadap minat berperilaku.

$H_a : \rho \leq 0$ , artinya terdapat pengaruh positif dari ekspektasi usaha terhadap minat berperilaku.