

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *consumer behavior* berkaitan dengan model UTAUT3. Penelitian ini menggunakan sepuluh variabel yaitu dua variabel dependen dan tujuh variabel independen. Variabel terikat (*dependent variable*) adalah *behavioral intention* (Y) dan *use behavior* (Z). Variabel bebas (*independent variable*) pada penelitian ini adalah dimensi *performance expectancy* (X₁), *effort expectancy* (X₂), *social influence* (X₃), *facilitating condition* (X₄), *hedonic motivation* (X₅), *price value* (X₆), *habit* (X₇) dan *personal innovativeness* (X₈).

Penelitian ini dilaksanakan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun di tahun 2019 dan dilakukan pada *social media* dengan unit analisis adalah pengguna *mobile wallet* di Indonesia. 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). Pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu, sehingga penelitian ini merupakan *one-shot*.

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 (Sugiyono, 2018). 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 model UTAUT3.

Penelitian verifikatif atau penelitian kausalitas yaitu penelitian untuk menguji kebenaran hubungan kausal (*cause and effect*) yaitu hubungan antara variabel independen (yang memengaruhi) dengan variabel dependen (yang dipengaruhi)

(Indrawati, 2015). Penelitian ini akan diuji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai analisis model UTAUT3

Jenis penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Kesimpulan dari hasil penelitian survei 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

Pada penelitian ini, terdapat dua variabel inti yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Indrawati, 2015). Variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah *performance expectancy* (X_1), *effort expectancy* (X_2), *social influence* (X_3), *facilitating condition* (X_4), *hedonic motivation* (X_5), *price value* (X_6), *habit* (X_7), *personal innovativeness* (X_8) sebagai variabel independen atau variabel bebas. Variabel tersebut dicari bagaimana pengaruhnya terhadap *behavioral intention* (Y) dan *use behavior* (Z) sebagai variabel dependen atau variabel terikat. Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
<i>Use Behavior</i> (Z)	Adalah intensitas dan atau frekuensi konsumen dalam menggunakan <i>m-wallet</i> dalam kehidupan sehari-hari.	<i>Frequently use</i>	Tingkat penggunaan <i>m-wallet</i> dalam kehidupan sehari-hari	Interval	1

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Behavioral Intention (Y)	Adalah tingkat keinginan untuk menggunakan <i>m-wallet</i> secara terus menerus	<i>Keep using</i>	Tingkat keinginan penggunaan <i>m-wallet</i> dalam kehidupan sehari-hari	Interval	2
		<i>Recommendation</i>	Tingkat keinginan konsumen mereferensikan <i>m-wallet</i>	Interval	3
		<i>Positive perception</i>	Tingkat persepsi positif konsumen terhadap <i>m-wallet</i>	Interval	4
Performance Expectancy (X₁)	Adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan <i>m-wallet</i> akan memberikan manfaat atau keuntungan pada konsumen.	<i>Useful</i>	Tingkat kebergunaan <i>m-wallet</i> dalam kehidupan sehari-hari	Interval	5
		<i>Achieving task</i>	Tingkat kebergunaan <i>m-wallet</i> dalam mendapatkan informasi penting	Interval	6
		<i>Help activities</i>	Tingkat membantunya <i>m-wallet</i> dalam menyelesaikan pembayaran lebih cepat	Interval	7
		<i>Enhances productivity</i>	Tingkat produktivitas konsumen dalam menggunakan <i>m-wallet</i>	Interval	8

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Effort Expectancy</i> (X ₂)	Adalah tingkat kemudahan pengguna dalam menggunakan <i>m-wallet</i> .	<i>Easy to learn</i>	Tingkat kemudahan konsumen dalam belajar menggunakan <i>m-wallet</i>	Interval	9
		<i>Understandable</i>	Tingkat kejelasan dan kefahaman konsumen terhadap fitur-fitur <i>m-wallet</i>	Interval	10
		<i>Easy of use</i>	Tingkat kemudahan konsumen dalam menggunakan <i>m-wallet</i>	Interval	11
<i>Social Influence</i> (X ₃)	Adalah persepsi seseorang terhadap kepercayaan bahwa orang lain akan mempengaruhinya dalam menggunakan <i>m-wallet</i> .	<i>Close friend</i>	Tingkat pengaruh orang-orang sekitar dalam mempengaruhi penggunaan <i>m-wallet</i>	Interval	13
		<i>Sociality</i>	Tingkat pengaruh teman-teman sebaya dalam penggunaan <i>m-wallet</i>	Interval	14

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		<i>Family</i>	Tingkat pengaruh keluarga dalam mempengaruhi penggunaan <i>m-wallet</i>	Interval	15
		<i>Influencer</i>	Tingkat pengaruh orang yang dianggap berharga dalam mempengaruhi penggunaan <i>m-wallet</i>	Interval	16
Facilitating Condition (X₄)	Adalah sejauh mana kepercayaan seseorang bahwa terdapat infrastruktur yang tersedia untuk mendukung penggunaan <i>m-wallet</i> .	<i>Resource</i>	Tingkat pengetahuan kepemilikan sumber daya yang ada dalam mendukung penggunaan <i>m-wallet</i>	Interval	17
		<i>Knowledge</i>	Tingkat pengetahuan konsumen dalam menggunakan <i>m-wallet</i>	Interval	18
		<i>Compatible device</i>	Tingkat banyaknya <i>merchant</i> dan rekanan yang bekerja sama dengan <i>m-wallet</i>	Interval	19
		<i>Customer service</i>	Tingkat kepuasan konsumen dalam pemecahan masalah dari <i>m-wallet</i>	Interval	20

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Hedonic Motivation (X₅)	Adalah sejauh mana konsumen mendapatkan kesenangan dari penggunaan <i>m-wallet</i> .	<i>Fun</i>	Tingkat kesenangan yang didapatkan konsumen dalam menggunakan <i>m-wallet</i>	Interval	21
		<i>Exciting</i>	Tingkat kemenarikan yang didapatkan oleh konsumen dalam menggunakan <i>m-wallet</i>	Interval	22
		<i>Enjoy and comfort</i>	Tingkat menghibur dan kenyamanan dalam menggunakan <i>m-wallet</i>	Interval	23
Price Value (X₆)	Adalah tingkat perbandingan antara manfaat yang dirasakan oleh pengguna dengan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan <i>m-wallet</i>	<i>Priced reasonably</i>	Tingkat keterjangkauan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan <i>m-wallet</i>	Interval	24
		<i>Value offered</i>	Tingkat nilai yang diterima oleh konsumen terhadap penggunaan <i>m-wallet</i>	Interval	25
		<i>Good value</i>	Tingkat nilai yang didapatkan konsumen terhadap <i>m-wallet</i> dengan biaya yang dikeluarkan	Interval	26

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Habit (X₇)</i>	Adalah sejauh mana kecenderungan konsumen menggunakan <i>m-wallet</i> secara otomatis karena pengalaman sebelumnya.	<i>Often use</i>	Tingkat penggunaan <i>m-wallet</i> dalam sehari-hari	Interval	27
		<i>Habit</i>	Tingkat kebiasaan penggunaan <i>m-wallet</i> dalam sehari-hari	Interval	28
		<i>Being Habit</i>	Tingkat penggunaan <i>m-wallet</i> menjadi sebuah kebiasaan		29
<i>Personal Innovativeness (X₈)</i>	Adalah kesediaan konsumen dalam mengadopsi teknologi baru sesuai dengan kemauannya sendiri.	<i>Keen to try</i>	Tingkat keinginan untuk mencoba menggunakan fitur baru pada <i>m-wallet</i>	Interval	30
		<i>Experiment</i>	Tingkat penggunaan fitur-fitur yang ada dalam <i>m-wallet</i>	Interval	31
		<i>Adopt innovation</i>	Tingkat adopsi yang ada dalam diri konsumen	Interval	32

Sumber: Diolah dari beberapa sumber.

Dalam operasionalisasi variabel ini, semua variabel menggunakan skala interval. Skala interval menurut Martono (2014) yaitu: Skala interval memiliki karakteristik seperti yang dimiliki oleh skala nominal dan skala ordinal namun dengan ditambah karakteristik lain, yaitu berupa adanya interval atau jarak antar kategori, sehingga dapat terlihat besarnya perbedaan karakteristik antara satu kategori dengan kategori lainnya.

Didit Ramadhan, 2019

ANALISIS PERILAKU ADOPTSI TEKNOLOGI MOBILE WALLET MENGGUNAKAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY3 (UTAUT3)

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

Sedangkan menurut Junaidi (2015) yaitu: Skala interval mempunyai karakteristik seperti yang dimiliki oleh skala nominal dan ordinal dengan ditambah karakteristik lain, yaitu berupa adanya interval yang tetap. Dengan demikian, skala interval sudah memiliki nilai intrinsik, sudah memiliki jarak, tetapi jarak tersebut tidak memiliki nilai nol mutlak

Berdasarkan pengertian diatas, maka skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval dengan tujuan untuk memberikan informasi berupa nilai pada jawaban yang telah diberikan serta dapat melakukan penarikan kesimpulan berdasarkan data yang matematis. Variabel-variabel tersebut diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner berskala interval yang memenuhi pernyataan-pernyataan skala *likert*.

Menurut Sugiyono (2018), skala likert didefinisikan sebagai berikut: skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti.

Berdasarkan penjelasan diatas, makadapat dikatakan bahwa skala *likert* adalah sebuah data dari jawaban responden yang dicatat dalam bentuk angka secara bertingkat. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* dengan tingkatan pengukuran 5 titik, yaitu 1 sampai 5 yang mengukur setiap item dari jawaban pertanyaan dalam kuesioner. Jawaban dari responden pada tiap item kuesioner mempunyai nilai yang paling rendah 1 dan nilai yang paling tinggi 5.

TABEL 3. 2
SKALA LIKERT

Skor	Kategori				
5	Sangat berguna	Sangat membantu	Sangat setuju	Sangat puas	Sangat mudah
4	Berguna	Membantu	Setuju	Puas	Mudah
3	Cukup berguna	Cukup membantu	Cukup setuju	Cukup puas	Cukup mudah
2	Tidak berguna	Tidak membantu	Tidak setuju	Kecewa	Rumit
1	Sangat tidak berguna	Sangat tidak membantu	Sangat tidak setuju	Sangat kecewa	Sangat rumit

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. Data merupakan hal

yang paling penting dalam melakukan penelitian. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. (Sugiyono, 2018). Sumber data yang digunakan pada penelitian ini dibagi menjadi dua:

1. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditangani. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data adalah kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu pengguna OVO pada generasi milenial.
2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat serta tidak mahal. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah dokumentasi objek penelitian, literatur, artikel, jurnal serta studi internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Data primer dan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan oleh Tabel 3.2 sebagai berikut:

TABEL 3. 3
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Sumber	Jenis
1	Pengguna <i>E-Money</i> dan Uang Cash	Jajak Pendapat	Sekunder
2	Pengakses Bank dan Bukan Bank Via <i>Smartphone</i>	<i>Financial Inclusion Insights</i> Indonesia	Sekunder
3	Metoda Pembayaran Berdasarkan Aktivitas	Jajak Pendapat	Sekunder
4	Alasan Tidak Menggunakan <i>M-Wallet</i>	<i>Financial Inclusion Insights</i> Indonesia	Sekunder
5	Penetrasi Macam Pembayaran di Indonesia	<i>Mobile Payment in</i> Indonesia	Sekunder
6	Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia	EMarketer	Sekunder
7	Pengguna Internet di Indonesia	Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia	Sekunder

No	Data	Sumber	Jenis
8	Akses Internet Melalui Smartphone di Indonesia	Statista & <i>Google</i> Temasek	Sekunder
9	Perusahaan <i>M-Wallet</i> di Indonesia	Bank Indonesia	Sekunder
10	Data Pengguna <i>M-Wallet</i> di Indonesia	<i>Financial Inclusion Insights</i> Indonesia	Sekunder
11	Gambaran Mengenai Perilaku Adopsi Teknologi Aplikasi OVO	Pengguna Aplikasi OVO	Primer

Sumber: Diolah dari beberapa sumber.

3.2.4 Populasi dan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain (Sugiyono, 2018). Berdasarkan pengertian populasi menurut ahli, maka populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi OVO sebanyak 7 juta orang yang merupakan Generasi milenial di Indonesia ((per 14/4/2018) Agusta & Hutabarat, 2018).

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel adalah sub-kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi (Sugiyono, 2018). Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diselidiki, atau didefinisikan sebagai populasi dalam bentuk mini (*miniatur population*) (Indrawati, 2015).

Berdasarkan pengertian sampel yang dikemukakan di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu pengguna OVO pada generasi milenial di Indonesia. Perhitungan sampel diambil berdasarkan ukuran sampel untuk *structural equation model partial least square* (SEM-PLS), dimana ukuran sampel boleh kecil karena PLS tidak terpengaruh oleh kekurangan data serta memiliki kekuatan statistik yang tinggi. Secara teori, untuk ukuran sampelnya minimal sebanyak 30 responden (Ghozali, 2014). Berhubung

populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara jelas jumlahnya, maka untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus menurut Wibisono (2003), untuk mengestimasi μ , dapat diyakini $(1 - \alpha) \%$ bahwa *error* tidak melebihi nilai e tertentu apabila ukuran sampelnya sebesar n , dimana apabila nilai σ tidak diketahui, dapat menggunakan s dari sampel sebelumnya ($n \geq 30$) yang memberikan estimasi terhadap σ , maka standar deviasi populasinya adalah 0,25. Apabila peneliti ingin menggunakan tingkat presisi 5%, dan tingkat kepercayaannya 95%, dan *error* estimasi μ kurang dari 0,05. Karena $\alpha = 0,05$ maka $Z_{\alpha/2} = Z \left(1 - \frac{0,05}{2}\right) = 1,96$. Dalam pengambilan sampel, rumusnya adalah sebagai berikut:

$$n = \left\{ \frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma}{e} \right\}$$

n = jumlah sampel

Z = nilai table $Z = 0,05$ maka $Z_{\alpha/2} = 1,96$

σ = standar deviasi populasi

e = tingkat kesalahan penarikan sampel

Dari rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel yaitu:

$$n = \left\{ \frac{(1,96) \cdot (0,25)}{(0,05)} \right\}$$

$$n = 96,04 \approx 97$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan minimal sejumlah 97. Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel. Teknik *sampling* terbagi kedalam dua kelompok, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Penarikan sampel probabilitas merupakan suatu prosedur obyektif yang dalam hal ini probabilitas pemilihan diketahui terlebih dahulu untuk setiap unit dan elemen populasi. Sedangkan penarikan sampel non-probabilitas merupakan suatu prosedur penarikan sampel yang bersifat subjektif (Sugiyono, 2018). *Probability sampling* meliputi *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan

area random. Sedangkan *non-probability sampling* antara lain *sampling* sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh dan *snowball*.

Teknik yang dipilih dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* menggunakan *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2018) *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Maka dari itu, peneliti memilih teknik *purposive sampling* dengan alasan setiap populasi tidak memiliki kesempatan sama untuk dijadikan sampel, peneliti menetapkan beberapa kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan menggunakan *purposive sampling*, diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun langkah-langkah teknik *purposive sampling* yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan tujuan penelitian apakah mewajibkan adanya kriteria tertentu pada sampel agar tidak terjadi bias.
2. Menentukan kriteria-kriteria.
3. Menentukan populasi berdasarkan studi pendahuluan yang teliti.
4. Menentukan jumlah minimal sampel yang akan dijadikan subjek penelitian serta memenuhi kriteria.

Purposive sampling digunakan *judgement sampling*, yaitu sampel dipilih dengan menggunakan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian (Ferdinand, 2006). Maksudnya, peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil berdasarkan pada pertimbangan tertentu. Berikut beberapa pertimbangan yang digunakan peneliti untuk memilih sampel:

1. Responden Mengetahui Aplikasi OVO baik yang sudah menggunakan maupun yang akan menggunakan.
2. Responden berusia minimal 15 tahun dan maksimal 40 tahun (bagian dari Generasi milenial).
3. Responden memiliki *smartphone* dengan *Operating System Android 4.4 and up / IOS 9.0 and up*.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu mengacu pada cara apa data yang diperlukan dalam mengumpulkan data yang diperlukan. Sumber data yang diperoleh dalam

penelitian ini di dapat dengan menggunakan beberapa teknik penelitian sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, skripsi, tesis, disertasi, jurnal, situs *website*, maupun majalah untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan variabel yang diteliti mengenai model UTAUT3.
2. Studi lapangan yang terdiri dari penyebaran seperangkat pertanyaan dalam kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada konsumen yang yang mengetahui dan menggunakan *mobile wallet* di Indonesia.. Langkah-langkah penyusunan kuesioner secara *online* adalah sebagai berikut:
 - a. Menyusun daftar pertanyaan secara *online* menggunakan *Google Docs*, kunjungi docs.google.com kemudian *login* menggunakan akun Google pilih *Create, Form* untuk mulai membuat kuesioner *online*.
 - b. Setelah kuesioner *online* selesai, kemudian dilakukan penyebaran kuesioner dan alamat *website* kuesioner tersebut.
 - 1) Mengirim *website* kuesioner melalui *e-mail* kepada teman pengguna *mobile wallet*.
 - 2) Mengirim pesan pada akun komunitas atau pada *social media* yang tersedia seperti LINE, WhatsApp, dan lain-lain.
3. Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari faktor individu dan sosial serta keputusan menggunakan. Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu: a) Perpustakaan UPI, b) Skripsi, c) Jurnal ekonomi dan bisnis, d) Media cetak (majalah), serta e) Media Elektronik (*internet*).

3.1.1 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.1.1.1 Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menjamin bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing *item* berupa pertanyaan dengan skor total yang diperoleh

dari penjumlahan semua skor *item*. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua *item* yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Uji validitas dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana *item* angket yang valid dan yang tidak dan mencari korelasi setiap *item* pernyataan dengan skor total pernyataan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval. Perhitungan korelasi antara pernyataan dengan skor total, digunakan alat uji korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - \sum X^2\} - \{N \sum Y^2 - \sum Y^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

X = Skor butir.

Y = Skor total butir

n = Jumlah sampel (responden)

Selanjutnya, Butir pernyataan dinyatakan valid jika koefisien korelasi butir pernyataan $\geq 0,30$. Kemudian pengujian reliabilitas menggunakan metode *alpha-cronbach* dan dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitas $> 0,70$ (Misbahudin & Hasan, 2013)

TABEL 3. 4
HASIL PERHITUNGAN VALIDITAS

Pertanyaan	AVE (Average Variance Extracted)	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>	0.759	Valid
<i>Effort Expectancy</i>	0.729	Valid
<i>Social Influence</i>	0.576	Valid
<i>Facilitating Condition</i>	0.857	Valid
<i>Hedonic Motivation</i>	0.908	Valid
<i>Price Value</i>	0.677	Valid
<i>Habit</i>	0.844	Valid
<i>Personal Innovativeness</i>	0.849	Valid
<i>Behavioral Intention</i>	0.590	Valid
<i>Use Behavior</i>	1.000	Valid

Sumber: data primer, diolah 2019

3.1.1.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi, akurasi, dan prediktabilitas suatu alat ukur (Sugiyono, 2018). Sehingga dapat dikatakan bahwa reliabilitas adalah ukuran untuk menilai apakah alat ukur yang digunakan mampu memberikan nilai pengukuran yang konsisten. Sedangkan menurut (Misbahudin & Hasan, 2013) mengungkapkan bahwa reliabilitas adalah tingkat keterpercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur terpercaya (*reliable*).

Instrumen penelitian yang reliabilitasnya diuji dengan *test* dan *re-test* dilakukan dengan cara mencobakan instrumen beberapa kali pada responden. Jadi dalam hal ini instrumennya sama, respondennya sama, namun dengan waktu yang berbeda. Reliabilitas diukur dari koefisien korelasi antara percobaan pertama dengan yang berikutnya. Bila koefisien korelasi positif dan signifikan maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Pengujian cara ini sering juga disebut *stability*. Adapun rumus untuk menghitung koefisien *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya Butir Pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah Varians Butir

σ_t^2 = Varians Total

Rumus Jumlah Varians tiap item:

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

Keterangan:

σ = Nilai Varian

n = Jumlah Sampel

x = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Adapun kriteria penilaian uji reliabilitas yang dikemukakan oleh Barker, Pistrang, & Elliott (2002) dapat dilihat pada tabel 3.5 sebagai berikut:

TABEL 3. 5
STANDAR PENILAIAN RELIABILITAS

Kategori	Nilai
<i>Good</i>	0.80
<i>Acceptable</i>	0.70
<i>Margin</i>	0.60
<i>Poor</i>	0.50

Sumber: (Barker et al., 2002)

Berikut adalah hasil perhitungan reliabilitas yang ditunjukkan oleh Tabel 3.6:

TABEL 3. 6
HASIL PERHITUNGAN RELIABILITAS

Pertanyaan	Cronbach Alpha	Composite Reliability	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>	0.841	0.904	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i>	0.877	0.915	Reliabel
<i>Social Influence</i>	0.783	0.844	Reliabel
<i>Facilitating Condition</i>	0.917	0.947	Reliabel
<i>Hedonic Motivation</i>	0.949	0.967	Reliabel
<i>Price Value</i>	0.840	0.891	Reliabel
<i>Habit</i>	0.908	0.942	Reliabel
<i>Personal Innovativeness</i>	0.910	0.944	Reliabel
<i>Behavioral Intention</i>	0.769	0.852	Reliabel
<i>Use Behavior</i>	1.000	1.000	Reliabel

Sumber: data primer, diolah 2019

3.1.2 Metode Analisis Data

3.1.2.1 Metode Analisis

Menurut Narimawati (2011), metode analisis didefinisikan sebagai berikut: metode analisis adalah sebuah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diproses dari hasil observasi lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

3.1.2.2 Analisis Data Deskriptif

Menurut Sugiyono (2018) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang

berlaku untuk umum atau generalisasi. Penelitian yang dilakukan pada populasi (tanpa diambil sampelnya) jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya.

Menurut Silalahi & Atif (2015) statistik deskriptif adalah jika penelitian bertujuan memaparkan data hasil penelitian, analisis yang digunakan ialah analisis statistik deskriptif. Dalam metode penelitian kuantitatif, data yang tersusun dalam tabel (hasil proses tabulasi) merupakan kerangka dasar untuk analisis deskriptif.

Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana perilaku adopsi teknologi *mobile wallet* pada generasi milenial sehingga dapat diperoleh suatu kesimpulan. Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Setelah semua kuesioner terkumpul, data dipilih dan dikelompokkan menurut kelompok variabel masing-masing, diteruskan dengan memberikan skor untuk jawaban dari setiap item pertanyaan/pertanyaan yang diajukan.
- 2) Menyusun data yang sudah diberi skor ke dalam tabel (tabulasi data).
- 3) Dihitung besarnya tingkat variabel laten dengan melihat jumlah total skor jawaban variabel laten (skor aktual) yang dibandingkan dengan skor tertinggi yang dicapai dikalikan dengan jumlah responden (skor ideal).

$$\text{Skor Total} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

No	Jumlah Skor (%)	Kriteria
1	20.00 % - 36.00 %	Tidak Baik
2	36.01 % - 52.00 %	Kurang Baik
3	52.01 % - 68.00 %	Cukup
4	68.01 % - 84.00 %	Baik
5	84.01 % - 100 %	Sangat Baik

Sumber: (Narimawati, 2010)

3.1.2.3 Analisis Data Verifikatif

Dalam mengungkap variabel-variabel yang diteliti dalam suatu penelitian diperlukan alat ukur yang dapat diandalkan, atau dengan kata lain harus memiliki validitas dan reliabilitas. Hal ini diperlukan agar hasil akhir dan kesimpulan yang dikemukakan peneliti tidak akan keliru dan memberikan gambaran yang tidak jauh

berbeda dengan keadaan yang sebenarnya serta hipotesis yang digunakan juga akan mengenai sarannya. Analisis verifikatif dalam penelitian ini menggunakan alat uji statistik yaitu dengan persamaan strukturan berbasis varian atau yang biasa dikenal dengan nama *Partial Least Square (PLS)* menggunakan *software SmartPLS 3.2.8*.

Basis komponent atau varian merupakan alternatif kovarian dengan pendekatan metode *Partial Least Square (PLS)* bertujuan sebagai prediksi. *Structural Equation Modelling (SEM)* yang berbasis varian menurut Abdillah & Hartono (2015), adalah SEM yang menggunakan varian dalam proses iterasi atau blok varian antar indikator atau parameter yang diestimasi dalam satu variabel laten lain dalam satu model penelitian. Konsekuensi proses iterasi berbasis varian adalah adanya pengabaian efek multikolinearitas antar indikator dan variabel laten. Keunggulan metode ini adalah Abdillah & Hartono (2015):

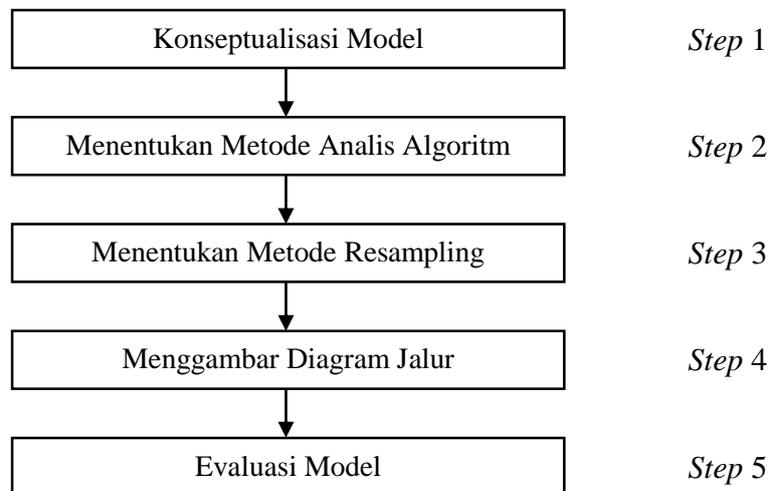
- 1) Metode ini tepat digunakan untuk model prediksi yang bertujuan memprediksi hubungan efek kausalitas pada jenjang variabel laten.
- 2) Mampu memodelkan banyak variabel dependen dan variabel independen (model kompleks).
- 3) Mampu mengelola masalah multikolinearitas antar variabel independen.
- 4) Hasil tetap kokoh maupun (*robust*) walaupun terdapat data yang tidak normal dan hilang (*missing value*).
- 5) Lebih kuat secara praktis karena lebih efisien dalam proses eksekusi.
- 6) Dapat mengolah data sample kecil, kokoh terhadap deviasi asumsi normalitas, mengukur indikator-indikator reflektif dan formatif, dan mengukur model rekursif.
- 7) Tidak mensyaratkan data berdistribusi normal.
- 8) Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda yaitu nominal, ordinal dan kontinu.

3.1.2.4 Structural Equation Model Partial Least Square (SEM PLS)

Metode *Partial Least Square (PLS)* dijelaskan sebagai model persamaan strukturan berbasis *variance*, PLS mampu menggambarkan variabel laten (tak terukur langsung) dan diukur menggunakan indikator-indikator (*variable manifest*). PLS merupakan metode analisis yang *powerful* karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, jumlah sampel kecil (Ghozali, 2014).

Semua variabel laten dalam PLS terdiri dari tiga set pengaruh, yaitu: (1) *inner model* yang menspesifikasi pengaruh antar variabel laten (*structural model*), (2) *outer model* yang menspesifikasi pengaruh antar variabel laten dengan indikator atau variabel manifestnya (*measurement model*), dan (3) *weight relation* dalam mana nilai kasus dari variabel laten dapat diestimasi. Tanpa kehilangan generalisasi, dapat diasumsikan bahwa variabel laten dan indikator atau *manifest* variabel diskala *zero means* dan unit *variance* sama dengan satu sehingga parameter lokasi (parameter konstanta) dapat dihilangkan dalam model. Adapun langkah-langkah metode *Partial Least Square* (PLS) yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tahapan analisis menggunakan PLS melalui lima proses tahapan dimana setiap tahapan akan berpengaruh terhadap tahapan selanjutnya yang dimulai oleh konseptualisasi model, menentukan metode analisis algoritma, menentukan metode resampling, menggambar diagram jalur, lalu evaluasi model Ghazali (2014), seperti pada Gambar 3.1:



GAMBAR 3. 1
TAHAPAN ANALISIS MENGGUNAKAN PLS

Step 1: Konseptualisasi Model

Konseptualisasi Model merupakan langkah awal dalam analisis PLS-SEM. Pada tahap ini dilakukan spesifikasi domain konstruk, menentukan item pertanyaan

yang merepresentasi suatu konstruk, pengumpulan data, Uji reabilitas, uji validitas dan menentukan skor pengukuran konstruk.

Step 2: Menentukan Metoda Analisis Algoritm

Model yang sudah melalui tahapan konseptualisasi kemudian ditentukan metoda analisis algoritm apa yang akan digunakan untuk estimasi model. Dalam PLS-SEM metoda analisis algoritm yang disediakan hanyalah algoritm PLS dengan tiga pilihan skema yaitu *factorial*, *centroid* dan *path* atau *structural weighting*. Skema yang disarankan adalah path atau struktural weighting Ghozali (2014). Langkah selanjutnya menentukan jumlah sampel, sampel minimal yang direkomendasikan antara 30 – 100. Menurut (Sarwono, 2012) jumlah sampel PLS dapat dihitung dengan cara sepuluh kali dari besarnya indikator formatif terbanyak yang digunakan untuk mengukur 1 variabel laten atau 10 kali dari jumlah jalur struktural terbanyak yang ditujukan ke variabel laten tertentu dalam model struktural.

Step 3: Menentukan Model Resampling

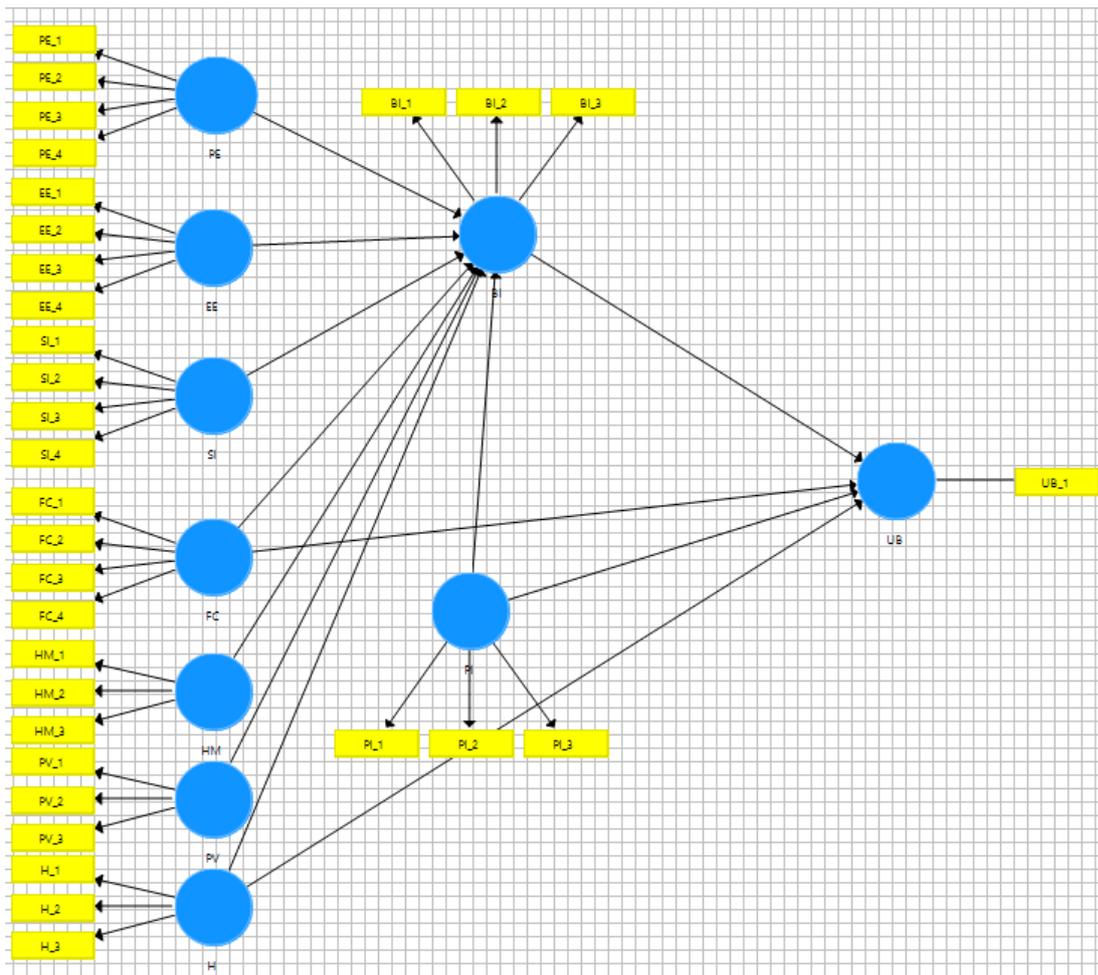
Terdapat dua metode yang biasa digunakan untuk melakukan proses penyampelan kembali yaitu *bootstrapping* dan *jackknifing*. Metode *bootstrapping* lebih sering digunakan dalam model persamaan struktural. Metode *bootstrapping* adalah membangun data bayangan (*pseudo data*) dengan menggunakan informasi dari data asli dengan tetap memperhatikan sifat-sifat dari data asli tersebut, sehingga data bayangan akan memiliki karakteristik yang semirip mungkin dengan data asli. Dalam Program SmartPLS hanya menyediakan satu metode *resampling* yaitu *bootstrapping* yang terdiri dari tiga skema yaitu skema *no sign changes*, *individual sign changes* dan *skema construct level changes*. Skema yang disarankan oleh smartPLS (*default*) adalah *construct level changes* karena skema ini memberikan asumsi yang longgar sehingga T statistik meningkat karena hanya menggunakan ukuran skor loading hubungan langsung antara variabel laten dan indikatornya (Abdillah & Hartono, 2015)

Step 4: Menggambar Diagram Jalur

Hubungan antar variabel pada diagram jalur dapat membantu dalam menggambarkan rangkaian hubungan sebab akibat antar konstruk dari model teoritis yang telah dibangun pada tahap pertama. Penggambaran diagram jalur menggunakan prosedur nomogram *reticular action modelling* (RAM) yang dikemukakan Falk & Miller (2014) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Konstruk teoritikal yang menunjukkan variabel laten digambar dengan dengan bentuk lingkaran.
- 2) Variabel *observed* atau indikator digambar dengan bentuk kotak.
- 3) Hubungan asimetri digambarkan dengan arah panah tunggal.
- 4) Hubungan simetri digambarkan dengan arah panah *double*.

Secara lengkap diagram jalur strukturan pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.2 di bawah ini:



GAMBAR 3. 2
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

Keterangan:

- PE : Variabel *Performance Expectancy*
 EE : Variabel *Effort Expectancy*
 SI : Variabel *Social Influence*
 FC : Variabel *Facilitating Condition*
 HM : Variabel *Motivation*
 PV : Variabel *Price Value*

Didit Ramadhan, 2019

ANALISIS PERILAKU ADOPTSI TEKNOLOGI MOBILE WALLET MENGGUNAKAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY3 (UTAUT3)

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

- H : Variabel *Habit*
 PI : Variabel *Personal Innovativeness*
 BI : Variabel *Behavioral Intention*
 UB : Variabel *Use Behavior*

Untuk memahami Gambar 3.2 di atas, pada tabel 3.7 berikut akan dijelaskan mengenai lambang-lambang statistik yang digunakan dalam diagram jalur hipotesis.

TABEL 3. 7
LAMBANG STATISTIK DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

Lambang	Indikator	Lambang	Variabel
PE_1	<i>Useful</i>	PE	<i>Performance Expectancy</i>
PE_2	<i>Achieving task</i>		
PE_3	<i>Help activities</i>		
PE_4	<i>Enhances productivity</i>		
EE_1	<i>Easy to learn</i>	EE	<i>Effort Expectancy</i>
EE_2	<i>Understandable</i>		
EE_3	<i>Ease of use</i>		
EE_4	<i>Being skillful</i>		
SI_1	<i>Close friend</i>	SI	<i>Social Influence</i>
SI_2	<i>Sociality</i>		
SI_3	<i>Family</i>		
SI_4	<i>Influencer</i>		
FC_1	<i>Resource</i>	FC	<i>Facilitating Condition</i>
FC_2	<i>Knowledge</i>		
FC_3	<i>Compatible device</i>		
FC_4	<i>Customer service</i>		
HM_1	<i>Fun</i>	HM	<i>Hedonic Motivation</i>
HM_2	<i>Exciting</i>		
HM_3	<i>Enjoy and comfort</i>		
PV_1	<i>Priced reasonably</i>		
PV_2	<i>Value offered</i>	PV	<i>Price Value</i>
PV_3	<i>Good value</i>		
H_1	<i>Often use</i>		
H_2	<i>Habit</i>	H	<i>Habit</i>
H_3	<i>Being habit</i>		
PI_1	<i>Keen to try</i>		
PI_2	<i>Experiment</i>	PI	<i>Personal Innovativeness</i>
PI_3	<i>Adopt innovation</i>		
BI_1	<i>Keep using</i>		
BI_2	<i>Recommendation</i>	BI	<i>Behavioral Intention</i>
BI_3	<i>Positive Perception</i>		
UB_1	<i>Frequently use</i>		

Step 5: Evaluasi Model

Setelah menggambarkan diagram jalur, maka model siap untuk diestimasi dan dievaluasi hasilnya secara keseluruhan. Evaluasi model dapat dilakukan dengan menilai hasil pengukuran model melalui menguji validitas dan reliabilitas konstruk laten, kemudian dilanjutkan dengan evaluasi model struktural dan pengujian signifikansi untuk menguji pengaruh antar konstruk atau variabel.

3.1.3 Evaluasi Model

Terdapat 2 model yang harus dianalisis dalam PLS, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Tahapan analisis data dilakukan dengan menggunakan software smartPLS versi 3.0.

3.1.3.1 Evaluasi *Outer Model (measurement model)*.

Analisis *Outer* atau *Measurement Model* dilakukan untuk menggambarkan hubungan antara blok indikator dengan variabel latennya. Terdapat tiga kriteria pengukuran untuk menilai *outer model* yaitu dengan *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Composite Reliability*.

- a. Uji *Convergent validity* dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan pengujian individual *item reliability* digunakan *standardized loading factor* yang menggambarkan besarnya korelasi antar setiap indikator dengan konstraknya. Nilai *loading factor* di atas 0,70 dinyatakan sebagai ukuran yang ideal atau valid sebagai indikator yang mengukur konstruk. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup memadai atau dapat diterima (Ghozali, 2014). Semakin tinggi nilai *loading factor* semakin penting peranan *loading* dalam menginterpretasi matrik faktor. Penggunaan *average variance extracted (AVE)* sebagai kriteria pengujian *convergent validity* diperoleh melalui formula: menginterpretasi matrik faktor. Penggunaan *average variance extracted (AVE)* sebagai kriteria pengujian *convergent validity* diperoleh melalui formula:

$$AVE = \frac{(\sum \lambda_i^2) var F}{(\sum \lambda_i^2) var F + \sum \theta_{ii}}$$

Dimana :

λ_i adalah faktor *loading*

F adalah faktor *variance*

Θ_{ii} adalah *error variance*

AVE dihitung sebagai rerata akar *standardize loading factor* yang dibagi dengan jumlah indikator. AVE mampu menunjukkan kemampuan nilai variabel laten dalam mewakili skor data asli. Semakin besar nilai AVE menunjukkan semakin tinggi kemampuannya dalam menjelaskan nilai pada indikator-indikator yang mengukur variabel laten. *Cut-off value* AVE yang sering digunakan adalah 0,50 dimana nilai AVE minimal 0,50 menunjukkan ukuran *convergent validity* yang baik mempunyai arti probabilitas indikator di suatu konstruk masuk ke variabel lain lebih rendah (kurang 0,50) sehingga probabilitas indikator tersebut konvergen dan masuk di konstruk yang nilai dalam bloknnya lebih besar diatas 50%.

- b. Uji *discriminant validity*, untuk menguji apakah indikator-indikator suatu konstruk tidak berkorelasi tinggi dengan indikator dari konstruk lain. *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok lebih baik daripada ukuran blok lainnya. Metode lain untuk mencari *discriminant validity* adalah dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari AVE (\sqrt{AVE}) setiap konstruk dengan nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya (*latent variable correlation*).
- c. Uji *composite validity*, sebagai metode yang lebih baik dibandingkan dengan nilai *cronbach alpha* dalam menguji reliabilitas dalam model *structural equation modeling*. *Composite reliability* yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *cronbach's alpha* (Ghozali, 2014). Formula yang digunakan untuk menguji *composite reliability* adalah:

$$CR = \frac{(\sum \lambda_i^2) \text{var } F}{(\sum \lambda_i^2) \text{var } F + \sum \Theta_{ii}}$$

Dimana :

λ_i adalah faktor *loading*

F adalah faktor *variance*

Θ_{ii} adalah *error variance*

Sedangkan untuk menghitung *Cronbach's alpha* dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya Butir Pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah Varians Butir

σ_t^2 = Varians Total

Cronbach's alpha cenderung *lower bound estimate* dalam mengukur reliabilitas, sedangkan *composite reliability* tidak mengasumsikan reliability, sedangkan *composite reliabiliy* merupakan *closer approximation* dengan asumsi estimasi parameter lebih akurat (Ghozali, 2014). Interpretasi *composite reliability* sama dengan *cronbach's alpha* dimana nilai batas 0,7 ke atas dapat diterima. Pada Tabel 3.8. disajikan ringkasan dari evaluasi model pengukuran model refleksif.

TABEL 3. 8
RINGKASAN RULE OF THUMB EVALUASI MODEL PENGUKURAN REFLEKSIF

Validitas dan Reliabilitas	Kriteria	Rule Of Thumb
Validitas <i>Convergent</i>	<i>Loading Factor</i>	>0.70 untuk <i>Confirmatory Research</i> >0.60 untuk <i>Explanatory Research</i> .
	<i>Average Variance Extracted</i>	>0.50 untuk <i>Confirmatory</i> maupun <i>Explanatory Research</i>
	<i>Communality</i>	>0.50 untuk <i>Confirmatory</i> maupun <i>Explanatory Research</i>
Validitas <i>Discriminant</i>	<i>Cross Loading</i>	>0.70 untuk setiap variabel
	Akar kuadrat AVE dan Korelasi antar Konstrak Laten	Akar Kuadrat AVE > Korelasi antar Konstrak Laten
Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	>0.70 untuk <i>Confirmatory Research</i>

	>0.60 untuk <i>Explanatory Research</i> .
<i>Composite Reliability</i>	>0.70 untuk <i>Confirmatory Research</i>
	>0.60 untuk <i>Explanatory Research</i> .

Sumber: (Ghozali, 2014)

3.1.3.2 Evaluasi *Inner Model (structural model)*

Ada beberapa tahap dalam mengevaluasi hubungan antar konstruk. Hal ini dapat dilihat dari koefisien jalur (*path coefficient*) yang menggambarkan kekuatan hubungan antar konstruk. Tanda dalam *path coefficient* harus sesuai dengan teori yang dihipotesiskan, untuk menilai signifikansi *path coefficient* dapat dilihat dari t-test (*critical ratio*) yang diperoleh dari proses *bootstrapping (resampling method)*.

Langkah selanjutnya mengevaluasi R^2 , penjelasannya sama halnya R^2 dalam regresi linear yang besarnya variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel eksogen. Chin (1998) dalam Sarwono (2012) menjelaskan, “kriteria batasan nilai R^2 ini dalam tiga klasifikasi, yaitu 0,67 sebagai substantial; 0,33 sebagai moderat dan 0,19 sebagai lemah”. Perubahan nilai R^2 digunakan untuk melihat apakah pengukuran variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen memiliki pengaruh yang substantif. Hal ini dapat diukur dengan *effect size*.

a. Uji *Effect Size (f²)*

Perubahan nilai R^2 digunakan untuk melihat apakah pengukuran variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen memiliki pengaruh yang substantif yang dapat diukur dengan *effect size. f²* dan dinyatakan dalam bentuk formulasi sebagai berikut:

$$f^2 = \frac{R_{included}^2 - R_{excluded}^2}{1 - R_{included}^2}$$

Dimana $R_{included}^2$ dan $R_{excluded}^2$ adalah nilai $R_{included}^2$ dari variabel laten endogen yang diperoleh ketika variabel eksogen tersebut masuk atau dikeluarkan dari model. Interpretasi nilai f^2 sama yang direkomendasikan yaitu 0,02 memiliki pengaruh kecil; 0,15 memiliki pengaruh moderat dan 0,35 memiliki pengaruh besar pada level struktural (Ghozali, 2014).

b. Uji *Goodness of Fit (GoF) Index*

Untuk memvalidasi model secara keseluruhan, digunakan *Goodness of Fit* (GoF) index yang diperkenalkan oleh Tenenhaus, Amato, & Vinzi (2004) dengan sebutan *GoF index*. Index ini dikembangkan untuk mengevaluasi model pengukuran dan model struktural dan disamping itu menyediakan pengukuran sederhana untuk keseluruhan dari prediksi model (Ghozali, 2014) Untuk alasan ini GoF Index dihitung dari akar kuadrat nilai *average communality index* dan *average R-Square* sebagai berikut:

$$GoF = \sqrt{\overline{AVE} \times \overline{R^2}}$$

Dimana:

\overline{AVE} adalah *average communalities*

$\overline{R^2}$ adalah *average model R²*

Nilai GoF adalah antara 0 s.d 1, dengan nilai communality yang direkomendasikan 0,50 dan nilai R square maka dengan intepretasi nilai 0,10 termasuk dalam tingkat GoF kecil, 0,25 nilai GoF medium, 0,36 nilai GoF besar (Ghozali, 2014). Pada Tabel 3.9 disajikan ringkasan dari evaluasi model struktural (*inner model*).

TABEL 3. 9
RINGKASAN *RULE OF THUMB* EVALUASI MODEL STRUKTURAL

Kriteria	<i>Rule of Thumb</i>
R-Square	<ul style="list-style-type: none"> • 0.67, 0.33 dan 0.19 menunjukkan model kuat, moderate dan lemah (Ghozali, 2014) • 0.75, 0.50 dan 0.25 menunjukkan model kuat, moderat dan lemah (Hair, 2011)
<i>Effect Size</i> (f^2)	<ul style="list-style-type: none"> • 0.02, 0.15 dan 0.35 (kecil, menengah dan besar)
Signifikansi (<i>one tailed</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • t-value 1.28 (<i>significance level</i> = 10%), 1.65 (<i>significance level</i> = 5%) dan 2,33 (<i>significance level</i> 1%)
Signifikansi (<i>two tailed</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • t-value 1.65 (<i>significance level</i> = 10%), 1.98 (<i>significance level</i> = 5%) dan 2,58 (<i>significance level</i> 1%)

Sumber: (Ghozali, 2014)

3.1.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis antar konstruk yaitu konstruk eksogen terhadap konstruk endogen dan konstruk endogen terhadap konstruk endogen dilakukan dengan metode resampling bootstrap yang dikembangkan oleh Geisser (Ghozali, 2014). Statistik uji yang digunakan adalah statistik t atau uji t, penerapan metode resampling

memungkinkan berlakunya data terdistribusi bebas tidak memerlukan asumsi distribusi normal, serta tidak memerlukan sampel yang besar.

Pengujian hipotesis menggunakan analisis full model *Struktural Equation Modeling* (SEM) dengan *smartPLS*. Dalam *full model* SEM dengan PLS selain memprediksi model, juga menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Hubungan dari analisis jalur semua variabel laten dalam PLS pada penelitian sebagai berikut:

1. *Outer model* yang menspesifikasi hubungan antara indikator dan variabel laten.
2. *Inner model* yang menspesifikasi hubungan antar variabel laten.
3. *Weight relation* dimana nilai kasus dari variabel laten dapat diestimasi.

Pengambilan keputusan atas penerimaan hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan ketentuan nilai t-tabel *two tail test* yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebesar 1,980 untuk signifikansi 0,05. Selanjutnya nilai t-tabel tersebut dijadikan sebagai nilai *cut off* untuk penerimaan atau penolakan hipotesis yang diajukan :

1. Nilai *outer weight* masing-masing indikator dan nilai signifikansinya. Nilai *weight* yang disarankan adalah diatas dan t-statistik di atas nilai t-tabel 1,980 untuk $\alpha = 0,05$ pada uji *two tailed*.
2. Melihat nilai *inner weight* dari hubungan antar variabel laten. Nilai *weight* dari hubungan tersebut harus menunjukkan arah positif dengan nilai t-statistik diatas nilai t-tabel 1,980 untuk $\alpha = 0,05$ pada uji *two tailed*.
3. Hipotesis penelitian diterima jika nilai *weight* dari hubungan antar variabel laten menunjukkan arah dengan nilai t-statistik di atas nilai t-tabel 1,980 untuk $\alpha = 0,05$; Hipotesis penelitian ditolak jika nilai *weight* dari hubungan antar variabel menunjukkan nilai t-statistik dibawah nilai t-tabel untuk $\alpha = 0,05$

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

1. $H_0: \rho \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*.
 $H_a: \rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif dari *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*.

2. Ho: $\rho \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*.
Ha: $\rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif dari *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*.
3. Ho: $\rho \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *social influence* terhadap *behavioral intention*.
Ha: $\rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif dari *social influence* terhadap *behavioral intention*.
4. Ho: $\rho \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *facilitating condition* terhadap *behavioral intention*.
Ha: $\rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif dari *facilitating condition* terhadap *behavioral intention*.
5. Ho: $\rho \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention*.
Ha: $\rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif dari *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention*.
6. Ho: $\rho \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *price value* terhadap *behavioral intention*.
Ha: $\rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif dari *price value* terhadap *behavioral intention*.
7. Ho: $\rho \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *habit* terhadap *behavioral intention*.
Ha: $\rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif dari *habit* terhadap *behavioral intention*.
8. Ho: $\rho \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *personal innovativeness* terhadap *behavioral intention*.
Ha: $\rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif dari *personal innovativeness* terhadap *behavioral intention*.
9. Ho: $\rho \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *facilitating condition* terhadap *use behavior*.
Ha: $\rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif dari *facilitating condition* terhadap *use behavior*.
10. Ho: $\rho \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *habit* terhadap *use behavior*.
Ha: $\rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif dari *habit* terhadap *use behavior*.

11. Ho: $\rho \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *personal innovativeness* terhadap *use behavior*.
Ha: $\rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif dari *personal innovativeness* terhadap *use behavior*.
12. Ho: $\rho \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *behavioral intention* terhadap *use behavior*.
Ha: $\rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif dari *behavioral intention* terhadap *use behavior*.