

BAB III

OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai tiga bagian penting dalam penelitian yaitu objek penelitian, metode penelitian, dan desain penelitian sebagai acuan bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian. Di mana pada bagian ini akan dijelaskan mengenai penelitian seperti apa yang dilakukan, bagaimana teknis pelaksanaan penelitian, teknik analisis, serta alat analisis apa yang digunakan dan bagaimana metode pengambilan data yang dilakukan.

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini terdiri dari variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Variabel laten eksogen yaitu tingkat ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) (X_1), tingkat ekspektasi usaha (*effort expextancy*) (X_2), tingkat pengaruh sosial (*social influence*) (X_3), tingkat kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) (X_4), tingkat motivasi hedonis (*hedonic motivation*) (X_5), tingkat nilai harga (*price value*) (X_6), dan tingkat kebiasaan (*habit*) (X_7). Selanjutnya, variabel laten endogen yaitu tingkat *Behavioral Intention* (Y_1) dan tingkat *Use Behavior* (Y_2). Adapun subjek dalam penelitian ini adalah generasi muslim milenial dan z di Jawa Barat yang menggunakan LinkAja Syariah. Penelitian ini menyebarkan kuesioner menggunakan *google form* yang disebar di sosial media dalam rentang waktu penelitian dari 15 Juni-30 Juni 2022.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif.. Metode kuantitatif adalah metode analisis yang melalui proses dengan membangun hipotesis dan menguji secara empirik hipotesis yang dibangun (Augusty, 2014). Adapun tujuan metode kuantitatif yaitu membangun hipotesis dan menguji secara empiris hipotesis yang telah dibuat berkaitan dengan fenomena yang diteliti (Ferdinand, 2014).

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kausalitas. Menurut Sekaran & Bougie (2017) penelitian deskriptif didesain untuk

menjelaskan karakteristik variabel, orang, kejadian atau situasi tertentu. Menurut Soendari dalam Thoyibah et al (2021) penelitian deskriptif adalah suatu kejadian atau fenomena untuk memperoleh hasil yang akurat dan di interpretasikan dengan kata-kata tertulis. Hal ini karena penelitian deskriptif dapat diketahui secara jelas gambaran mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian (Ferdinand, 2014). Adapun dalam penelitian ini menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku generasi muslim milenial dan z dalam menerima dan menggunakan layanan LinkAja Syariah. Penelitian kausalitas adalah metode penelitian yang digunakan untuk mencari penjelasan dalam bentuk hubungan sebab-akibat (*cause-effect*) beberapa konsep atau beberapa variabel kemudian akan ditarik kesimpulan secara umum (Ferdinand, 2014). Dalam penelitian kausalitas, variabel independen sebagai variabel sebab dan variabel dependen sebagai variabel akibat.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Bagian ini menjelaskan mengenai definisi dari operasional variabel yang digunakan yaitu variabel endogen yaitu tingkat *Behavioral Intention* (Y_1) dan tingkat *Use Behavior* (Y_2). Sedangkan variabel eksogen tingkat ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) (X_1), tingkat ekspektasi usaha (*effort expeptancy*) (X_2), tingkat pengaruh sosial (*social influence*) (X_3), tingkat kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) (X_4), tingkat motivasi hedonis (*hedonic motivation*) (X_5), tingkat nilai harga (*price value*) (X_6), dan tingkat kebiasaan (*habit*) (X_7).

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel/Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
1	Minat (<i>Behavioral Intention</i>) (Y_1) adalah intensitas minat pengguna dalam menggunakan LinkAja Syariah (Indrawati, 2017; Venkatesh et al., 2012)	<i>Attitude toward the behavior</i>	Tingkat pengguna akan terus menggunakan LinkAja Syariah dimasa yang akan datang.	Interval
		<i>Subjective norm concerning that behavior</i>	Tingkat pengguna cenderung untuk mengakses LinkAja Syariah ketika memiliki akses internet.	
2	Perilaku menggunakan (<i>Use Behavior</i>) (Y_2) adalah untuk mengukur intensitas pengguna dalam menggunakan LinkAja Syariah	<i>Usage frequency</i>	Tingkat pengguna telah menggunakan LinkAja Syariah dalam aktivitasnya.	Interval
		<i>Usage time</i>	Tingkat pengguna mengenai durasi penggunaan LinkAja Syariah	

Rizki Aprilia Primardani, 2022

PERILAKU GENERASI MUSLIM MILENIAL DAN Z DALAM MENGGUNAKAN LINKAJA SYARIAH DENGAN PENDEKATAN UTAUT 2

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

	(Hidayat, 2019; Venkatesh et al., 2003, 2012)	<i>Usage variety</i>	Tingkat pengguna mengenai variasi yang digunakan pada LinkAja Syariah	
3	Ekspektasi Kinerja (<i>performance expectancy</i>) (X_1) adalah tingkat di mana LinkAja Syariah akan memberikan manfaat bagi konsumen dalam melakukan aktivitas tertentu (Farzin et al., 2021; Venkatesh et al., 2003)	<i>Perceived usefulness</i>	Tingkat pengguna percaya bahwa menggunakan LinkAja Syariah akan memudahkan dalam melakukan pembayaran	Interval
		<i>Extrinsic motivation</i>	Tingkat pengguna termotivasi bahwa LinkAja Syariah yang ia gunakan dapat membantunya untuk mengerjakan tugas lebih cepat	
		<i>Job fit</i>	Tingkat kemampuan LinkAja Syariah dapat meningkatkan kinerja pengguna dari pekerjaan yang dilakukan	
		<i>Relative advantage</i>	Tingkat pengguna meyakini bahwa LinkAja Syariah menyelesaikan pembayaran lebih cepat dibanding <i>e-wallet</i> yang lain.	
4	Ekspektasi usaha (<i>effort expextancy</i>) (X_2) adalah tingkat kemudahan pengguna dalam memahami dan menggunakan LinkAja Syariah untuk bertransaksi (Mohd & Thaker, 2020; Venkatesh et al., 2003)	<i>Perceived ease of use</i>	Tingkat pengguna percaya bahwa dengan menggunakan LinkAja Syariah dapat dengan mudah digunakan.	Interval
		<i>Complexity</i>	Tingkat pengguna menganggap bahwa LinkAja Syariah sebagai sesuatu yang relatif sulit untuk dipahami dan digunakan.	
		<i>Easy of use</i>	Tingkat kemudahan dalam menggunakan LinkAja Syariah.	
5	Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>) (X_3) adalah kondisi dimana pengguna merasa bahwa lingkungan sekitar merekomendasikan untuk menggunakan LinkAja Syariah (Venkatesh et al., 2003; Yang et al., 2021)	<i>Social factor</i>	Tingkat pengaruh orang-orang terdekat dalam mempengaruhi pengguna untuk menggunakan LinkAja Syariah.	Interval
		<i>Image</i>	Tingkat penggunaan LinkAja Syariah dianggap meningkatkan citra seseorang atau status dalam satu sosial.	
6	Kondisi Fasilitas (<i>Facilitating Conditions</i>) (X_4) adalah sejauh mana pengguna meyakini fitur dan sistem informasi dari perusahaan yang mengeluarkan LinkAja	<i>Perceived behavioral control</i>	Tingkat pengguna dalam mengendalikan pemakaian LinkAja Syariah	Interval
		<i>Facilitating conditios</i>	Tingkat pengguna dalam menggunakan LinkAja Syariah dipengaruhi oleh kondisi yang memfasilitasi.	

	Syariah (Mohd & Thaker, 2020; Venkatesh et al., 2012; Yang et al., 2021)	<i>Compability</i>	Tingkat LinkAja Syariah dianggap konsisten dengan nilai, kebutuhan yang ada dan pengalaman dari pengadopsi potensial.	
7	Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>) (X_5) adalah kesenangan yang diperoleh dari menggunakan LinkAja Syariah dan telah terbukti memainkan peran penting dalam menentukan penerimaan teknologi tersebut (Brown dan Venkatesh, 2005; Indrawati, 2017; Venkatesh et al., 2012)	<i>Gratification shopping</i>	Tingkat pengguna meluangkan waktu untuk menggunakan LinkAja Syariah.	Interval
		<i>Idea Shopping</i>	Tingkat pengguna merasa senang saat menggunakan LinkAja Syariah.	
		<i>Interest</i>	Tingkat pengguna LinkAja Syariah merasa tertarik dalam hal transaksi keuangan.	
8	Nilai Harga (<i>Price Value</i>) (X_6), merupakan persepsi kesenjangan antara manfaat penggunaan suatu teknologi dengan tarif yang dikenakan dalam penggunaannya (Dodds et al., 1991)	<i>Quality</i>	Tingkat kualitas layanan menggunakan LinkAja Syariah sesuai dengan harga yang ditawarkan.	Interval
		<i>Price</i>	Tingkat biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan LinkAja Syariah terjangkau.	
		<i>Value</i>	Tingkat layanan LinkAja Syariah memiliki nilai yang baik.	
9	Kebiasaan (<i>Habit</i>) (X_7) adalah sejauh mana pengguna cenderung melakukan perilaku secara otomatis karena pernah terjadi sebelumnya (Putranto & Pramudiana, 2015; Venkatesh et al., 2012)	<i>Prior use</i>	Tingkat pengguna telah memprioritaskan menggunakan LinkAja Syariah.	Interval
		<i>Addiction</i>	Tingkat pengguna merasa ingin menggunakan kembali LinkAja Syariah.	
		<i>Behavior to be automatic</i>	Tingkat pengguna ketika melakukan transaksi, maka pengguna akan menggunakan LinkAja Syariah.	

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan gabungan dari berbagai seluruh elemen data yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki suatu karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian bagi peneliti karena hal tersebut dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2014). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah generasi muslim milenial dan z di Jawa Barat yang menggunakan LinkAja Syariah.

Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah pengguna internet tertinggi di Indonesia. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia per 9 November 2020, Jabar mempunyai 35,1 juta pengguna internet (Abdussalam, 2022). Tingginya pengguna internet ini berimplikasi pada pertumbuhan ekonomi di Jawa Barat. Tingginya pengguna internet dinilai memacu masifnya transaksi *e-commerce* (Ramadhan, 2022). Selain itu, berdasarkan hasil SP2020 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2022) mencatat bahwa mayoritas penduduk Jawa Barat didominasi oleh generasi milenial dan z. Dimana proporsi generasi z sebanyak 27,88% dan generasi milenial sebanyak 26,07% dari total populasi Jawa Barat (Badan Pusat Statistik, 2022). Artinya bahwa total dari populasi Jawa Barat didominasi oleh generasi milenial dan z sebanyak 53 % dan sisanya didominasi oleh generasi selain itu. Pada hasil survei yang telah dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2022) menyatakan bahwa mayoritas penduduk Jawa Barat didominasi oleh masyarakat yang beragama Islam. Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah generasi muslim milenial dan z di Jawa Barat.

Sedangkan sampel merupakan subset dari populasi terdiri dari beberapa anggota populasi. Oleh karena itu, dibentuklah sebuah perwakilan dari populasi yang disebut dengan sampel (Augusty, 2014). Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non probability sampling*, hal ini didasari pada jumlah sampel yang tersebar luas dan belum diketahui jumlah pastinya serta kemampuan penulis melakukan penelitian. Adapun jenis sampling yang dipilih adalah *purposive sampling*. Dengan menggunakan *purposive sampling*, dapat memastikan semua sampel memiliki karakteristik yang sama dan dapat memenuhi tujuan yang spesifik (Tanjung & Devi, 2018).

Adapun kriteria yang digunakan dalam mencari responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengguna yang pernah menggunakan aplikasi LinkAja Syariah
2. Beragama Islam
3. Kelahiran generasi milenial dan z
4. Berdomisili di Jawa Barat

Untuk mengetahui cara pengambil sampel karena jumlah populasi tidak diketahui. Maka, penentuan jumlah sampel penelitian yang populasinya tidak diketahui dapat menggunakan rumus Hair et al (2017) sebagai berikut:

1. 10 kali jumlah terbesar dari indikator formatif dulu mengukur satu konstruksi.
2. 10 kali jumlah terbesar jalur struktural yang diarahkan pada konstruksi tertentu dalam model struktural.

Berdasarkan keterangan tersebut diketahui perolehan jumlah sampel dari generasi muslim milenial dan z yang termasuk kedalam pengguna LinkAja Syariah sebagai berikut:

1. Pertanyaan paling banyak terdapat pada indikator ekspektasi kinerja yaitu 4 indikator formatif. Maka dapat diketahui bahwa $4 \times 10 = 40$.
2. Sedangkan jumlah keseluruhan pertanyaan pada kuesioner penelitian sebanyak 26. Maka dapat diketahui bahwa $26 \times 10 = 260$.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode Hair et al (2017), maka dapat diketahui bahwa minimal penelitian harus mengambil sampel sebanyak 40 orang dan jumlah maksimum sampel berjumlah 260 orang.

3.6 Instrumen Penelitian

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai teknik dan instrumen pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti:

3.6.1 Instrumen penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen yang penulis gunakan yaitu data primer berupa kuesioner atau angket. Kuesioner berisi serangkaian pertanyaan yang akan diisi melalui *google form* dengan responden dengan kriteria tertentu dan jumlah sampel penelitian yang telah ditentukan. Selanjutnya, instrumen ini dikembangkan dengan menggunakan skala semantik. *Semantic differential* adalah salah satu bentuk instrumen pengukuran yang berbentuk skala yang dikembangkan oleh Osgood pada 1957 (Prihadi, 2020). Skala *semantic differential* digunakan untuk menilai sikap responden terhadap merek, iklan, objek atau orang tertentu (Sekaran & Bougie, 2017). Instrumen ini juga digunakan untuk mengukur reaksi terhadap stimulus, kata-kata dan konsep-konsep dapat disesuaikan untuk orang dewasa atau anak-anak dari budaya manapun (Firdaus, 2021). Skala ini merupakan penyempurnaan dari Skala *Likert* yang tidak mampu menjangkau respon yang

Rizki Aprilia Primardani, 2022

PERILAKU GENERASI MUSLIM MILENIAL DAN Z DALAM MENGGUNAKAN LINKAJA SYARIAH DENGAN PENDEKATAN UTAUT 2

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

bersifat multidimensi. Menurut Sekaran & Bougie (2017) *semantic differential* digunakan untuk dua tujuan:

1. Untuk mengukur secara objektif sifat-sifat semantik dari kata atau konsep dalam ruang semantik tiga dimensional;
2. Sebagai skala sikap yang memusatkan perhatian pada aspek afektif atau dimensi evaluatif.

Tabel 3.2
Skala Pengukuran *Semantic Differential*

No.	Pertanyaan Kiri	Rentang Jawaban	Pertanyaan Kanan
1.	Tidak mengikuti pelatihan	1 2 3 4 5 6 7	Sering mengikuti pelatihan
2.	Tidak boleh melakukan	1 2 3 4 5 6 7	Boleh melakukan
3.	Tidak mengetahui ajaran agama	1 2 3 4 5 6 7	Mengetahui ajaran agama
4.	Tidak pernah mengakses	1 2 3 4 5 6 7	Pernah mengakses

Sumber : Sekaran & Bougie (2017)

Dalam penelitian ini, setiap ujung yang terdiri dari pernyataan yang bertolak belakang akan dipisahkan oleh satu garis kontinum yang berisi 7 buah angka yaitu dari angka 1 sampai dengan angka 7 dengan urutan dari kiri ke kanan.

3.6.2 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Angket/kuesioner, yaitu penyebaran daftar pertanyaan penelitian kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat generasi muslim milenial dan z di Jawa Barat yang pernah menggunakan LinkAja Syariah yang merupakan sampel penelitian minimal 40 responden atau maksimal 260 responden. Kuesioner disebarkan menggunakan *google form* melalui sosial media yang ada seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Twitter*, dan sosial media lainnya.
2. Studi kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan berbagai literatur seperti jurnal, buku, laporan, situs web dan literatur jenis lainnya yang relevan dengan masalah yang sedang dikaji dalam penelitian ini.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk menilai seberapa baik suatu instrumen pada penelitian

ataupun proses pengukuran terhadap konsep yang diharapkan (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Statistical Product and Service Solution* V.21 (SPSS) dengan teknik *corrected item total correlation*.

Menurut Purwanto (2018) untuk mengetahui apakah butir-butir soal kuesioner untuk variabel-variabel tersebut valid atau tidak, maka kita cukup memperhatikan nilai yang ada dalam tabel "*Corrected Item-Total Correlation*". Dalam uji validitas, nilai *corrected item total correlation* ini disebut juga sebagai r hitung. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung $>$ r tabel maka butir soal kuesioner dinyatakan valid.
2. Sementara, jika nilai r hitung $<$ r tabel maka butir soal kuesioner dinyatakan tidak valid.

Adapun nilai r tabel untuk $\alpha = 0,05$, $n = 42$, $df = n-2 = 42-2 = 40$, adalah 0,312. Hasil data pengujian dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel *Performance Expectancy*

No	Indikator	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
PE1	Kepercayaan menggunakan LinkAja Syariah dapat memudahkan pembayaran saya	0,940	0.312	Valid
PE2	Motivasi saya bahwa menggunakan LinkAja Syariah dapat menyelesaikan pembayaran lebih cepat	0,950	0.312	Valid
PE3	Penggunaan LinkAja Syariah untuk memenuhi berbagai keperluan	0,945	0.312	Valid
PE4	Tingkat keyakinan saya, bahwa LinkAja Syariah dapat menyelesaikan pembayaran lebih cepat dibanding <i>e-wallet</i> yang lain	0,916	0.312	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS (diolah penulis)

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel *Effort Expectancy*

No	Indikator	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
EE1	Tingkat keyakinan saya menggunakan LinkAja	0,942	0.312	Valid

Rizki Aprilia Primardani, 2022

PERILAKU GENERASI MUSLIM MILENIAL DAN Z DALAM MENGGUNAKAN LINKAJA SYARIAH DENGAN PENDEKATAN UTAUT 2

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

	Syariah mudah untuk digunakan			
EE2	Tingkat pemahaman saya dalam menggunakan LinkAja Syariah	0,968	0.312	Valid
EE3	Tingkat kemudahan LinkAja Syariah	0,978	0.312	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS (diolah penulis)

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Social Influence

No	Indikator	Corrected Item Total Correlation	R Tabel	Keterangan
SI1	Tingkat kepengaruhannya oleh orang terdekat untuk menggunakan LinkAja Syariah	0,939	0.312	Valid
SI2	Penggunaan LinkAja Syariah dapat meningkatkan citra pribadi saya sebagai muslim yang taat	0,923	0.312	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS (diolah penulis)

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Facilatating Conditions

No	Indikator	Corrected Item Total Correlation	R Tabel	Keterangan
FC1	Tingkat pengendalian saya dalam pemakaian LinkAja Syariah	0,924	0.312	Valid
FC2	Fasilitas teknologi seperti <i>smartphone</i> menunjang dalam menggunakan LinkAja Syariah	0,932	0.312	Valid
FC3	Tingkat kesesuaian fasilitas LinkAja Syariah	0,965	0.312	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS (diolah penulis)

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Variabel Hedonic Motivation

No	Indikator	Corrected Item Total Correlation	R Tabel	Keterangan
HM1	Saya meluangkan waktu untuk menggunakan LinkAja Syariah	0,957	0.312	Valid

HM2	Tingkat penggunaan LinkAja Syariah untuk mengikuti tren terbaru	0,913	0.312	Valid
HM3	Tingkat ketertarikan saya dalam menggunakan LinkAja Syariah	0,958	0.312	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS (diolah penulis)

Tabel 3.8
Hasil Uji Validitas Variabel Price Value

No	Indikator	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
PV1	Kualitas layanan LinkAja Syariah sesuai dengan harga yang ditawarkan	0,878	0.312	Valid
PV2	Harga yang ditawarkan LinkAja Syariah terjangkau bagi saya	0,777	0.312	Valid
PV3	Kemanfaatan nilai LinkAja Syariah bagi saya	0,870	0.312	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS (diolah penulis)

Tabel 3.9
Hasil Uji Validitas Variabel Habit

No	Indikator	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
H1	Tingkat di mana saya memprioritaskan menggunakan LinkAja Syariah	0,968	0.312	Valid
H2	Keinginan untuk menggunakan kembali LinkAja Syariah	0,960	0.312	Valid
H3	Bertransaksi secara digital maka otomatis menggunakan LinkAja Syariah	0,920	0.312	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS (diolah penulis)

Tabel 3.10
Hasil Uji Validitas Variabel Behavioral Intention Menggunakan LinkAja Syariah

No	Indikator	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
BI1	Harapan saya akan menggunakan LinkAja	0,978	0.312	Valid

	Syariah dimasa yang akan datang			
BI2	Kecenderungan saya untuk mengakses LinkAja Syariah ketika memiliki akses internet	0,981	0.312	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS (diolah penulis)

Tabel 3. 11
Hasil Uji Validitas Variabel Use Behavior LinkAja Syariah

No	Indikator	Corrected Item Total Correlation	R Tabel	Keterangan
UB1	Penggunaan LinkAja Syariah untuk setiap transaksi pembayaran	0,948	0.312	Valid
UB2	Durasi penggunaan waktu LinkAja Syariah	0,853	0.312	Valid
UB3	Saya menggunakan fitur yang bervariasi pada aplikasi LinkAja Syariah	0,911	0.312	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS (diolah penulis)

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian pada Tabel 3.11, diketahui bahwa seluruh indikator dari variabel *performance expectancy* (X_1), *effort expeptancy* (X_2), *social influence* (X_3), *facilitating conditions* (X_4), *hedonic motivation* (X_5), *price value* (X_6), *habit* (X_7), *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah (Y_1) dan *use behavior* LinkAja Syariah (Y_2) memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan lolos uji validitas.

Setelah melakukan uji validitas, instrumen harus melewati uji reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk melihat bahwa instrumen penelitian dapat menghasilkan hasil yang sama walaupun digunakan berkali-kali (Hidayat dan Sadewa, 2020). Uji reliabilitas variabel penelitian dilakukan pada *Statistical Product and Service Solution V.21* (SPSS) dengan nilai *Cronbach's Alpha*. Adapun dasar keputusan uji reliabilitas (Raharjo, 2019):

1. Jika nilai koefisien *Cronbach's Alpha* > r tabel, maka instrumen penelitian dikatakan reliabel.
2. Jika nilai koefisien *Cronbach's Alpha* < r tabel, maka instrumen penelitian dikatakan tidak reliabel.

Selanjutnya mengenai kriteria pengujian reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel dengan melihat nilai dari koefisien *Cronbach's Alpha*. Jika nilai

koefisien *Cronbach's Alpha* $> 0,7$ maka instrumen dinyatakan reliabel (Imam Ghozali, 2018). Berikut merupakan hasil dari pengujian reliabilitas.

Tabel 3.12
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	R Tabel	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>	0,952	0,7	Reliabel
<i>Effort Expextancy</i>	0,955	0,7	Reliabel
<i>Social Influence</i>	0,844	0,7	Reliabel
<i>Facilitating Conditions</i>	0,933	0,7	Reliabel
<i>Hedonic Motivation</i>	0,937	0,7	Reliabel
<i>Price Value</i>	0,782	0,7	Reliabel
<i>Habit</i>	0,945	0,7	Reliabel
<i>Behavioral Intention</i> Menggunakan Linkaja Syariah	0,957	0,7	Reliabel
<i>Use Behavior LinkAja Syariah</i>	0,866	0,7	Reliabel

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian pada Tabel 3.12, diketahui bahwa pada seluruh variabel *performance expectancy* (X_1), *effort expextancy* (X_2), *social influence* (X_3), *facilitating conditions* (X_4), *hedonic motivation* (X_5), *price value* (X_6), *habit* (X_7), *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah (Y_1) dan *use behavior* LinkAja Syariah (Y_2) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai r tabel. Dengan demikian, seluruh variabel dinyatakan reliabel. Setelah melalui kedua pengujian, yaitu uji validitas dan reliabilitas, penelitian dilanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu analisis data.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah interpretasi untuk penelitian yang bertujuan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam rangka mengungkap fenomena sosial tertentu (Nuryahya, 2019). Dengan arti lain bahwa analisis data juga merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan terimplementasikan. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan analisis deskriptif dan analisis *Sturctural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS). Analisis deskriptif digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian pertama dalam penelitian ini, sedangkan analisis SEM-PLS digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian kedua sampai dengan kesembilan. Untuk penjelasan lebih

lanjut mengenai analisis deskriptif dan analisis SEM-PLS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.8.1 Analisis Statistik deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan dengan tujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi empiris mengenai data yang telah terkumpul dalam hasil penelitian (Ferdinand, 2014). Prosedur yang digunakan dalam pengelolaan data penelitian adalah sebagai berikut:

1. *Editing*, yaitu proses pemeriksaan kembali data hasil jawaban yang telah diberikan responden. Pemeriksaan tersebut untuk melihat lengkap tidaknya pengisian kuesioner, melihat logisnya tidaknya jawaban dan melihat konsistensi antar pertanyaan.
2. *Coding*, yaitu proses pemberian kode berupa angka pada kuesioner dari jawaban responden. Hal tersebut dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan dan analisis data.
3. *Scoring*, yaitu proses pemberian skor untuk setiap opsi dari item berdasarkan ketentuan yang ada.
4. *Tabulating*, yaitu proses mengubah data dari instrumen pengumpulan data menjadi tabel-tabel data. Data tersebut ditelaah atau diuji secara sistematis.

Langkah selanjutnya adalah kategorisasi yang dibuat berdasarkan rumus kategorisasi yang dikemukakan oleh Saiffudin (2012) (Tabel 3.13):

Tabel 3.13
Skala pengukuran kategori tiap pertanyaan

Skala	Kategori
$X \geq \mu + 1.0\sigma$	Tinggi
$(\mu - 1.0\sigma) \leq X < (\mu + 1.0\sigma)$	Sedang
$X < \mu - 1.0\sigma$	Rendah

Keterangan:

X = Skor empiris

μ = Rata-rata teoretis ($\frac{\text{skor minimal} + \text{skor maksimal}}{2}$)

σ = Simpangan baku teoretis ($\frac{\text{skor maksimal} - \text{skor minimal}}{6}$)

3.8.2 Analisis *Structural Equation Modeling- Partial Least Square* (SEM-PLS)

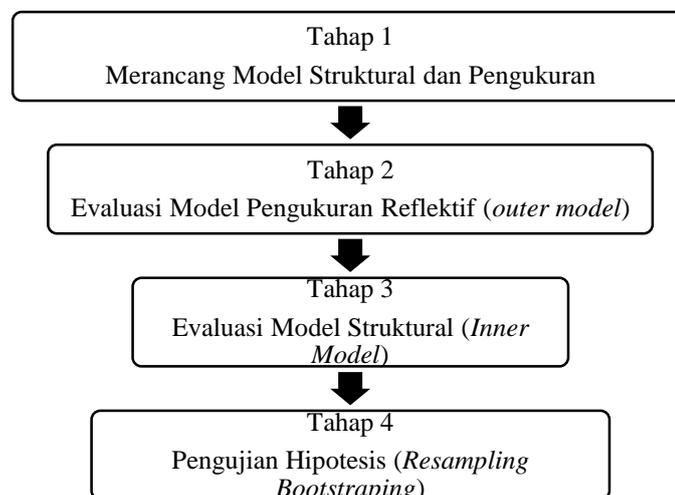
Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* dengan *Partial Least Square* (SEM-PLS). PLS adalah salah

satu metode analisis SEM yang memiliki keunggulan dan efisiensi tersendiri dibandingkan dengan teknik-teknik SEM lainnya (Rifai, 2015).

Pendekatan PLS-SEM mengasumsikan bahwa suatu data tidak harus berdistribusi normal (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval, ataupun rasio dapat digunakan pada model yang serupa), *sample* yang digunakan tidak harus besar, digunakan untuk menjelaskan apakah ada atau tidak hubungan antar variabel laten, indikator yang digunakan dapat berbentuk reflektif ataupun formatif, lebih menitik beratkan pada data dan prosedur yang terbatas, dapat menghindarkan dua masalah serius yaitu *inadmissible solution* dan *factor indeterminacy* (Ghozali, 2014).

SEM-PLS dapat menentukan apakah model yang diajukan yaitu serangkaian hubungan kausalitas antara variabel laten dan hubungan antara variabel laten dengan indikatornya dapat diterima atau ditolak (Sulistyowati, 2017). Mengingat penelitian ini menguji teori, maka analisis data dapat dilakukan dengan menggunakan SEM-PLS dengan bantuan *tools SmartPLS* versi 3.

Adapun langkah-langkah untuk menganalisis data menggunakan metode SEM-PLS menurut Ghozali (2014):



Gambar 3.1
Tahap Analisis SEM-PLS

Sumber: Ghozali (2014)

3.8.2.1 Merancang Model Struktural dan Pengukuran

Inner model atau disebut juga dengan *inner relation*, *structural model* dan *substantive theory* menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada

substansi teori yang digunakan (Nuryahya, 2019). Model persamaan tersebut ditulis seperti formulasi di bawah ini

$$\mathbf{N} = \beta_0 + \beta\eta + \Gamma\xi + \zeta$$

Keterangan:

\mathbf{N} menggambarkan vektor variabel laten endogen (dependen).

ξ adalah vektor variabel laten eksogen,

ζ adalah vektor variabel residual (*unexplained variance*).

Pada dasarnya PLS ini mendesain model *recursive*, maka hubungan antar variabel laten, setiap variabel laten dependen \mathbf{N} , atau biasa disebut dengan *causal chain system* dari variabel laten dapat di spesifikasikan, sebagai berikut ini:

$$N_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_i \gamma_{jb} \xi_b + \zeta_j$$

Keterangan:

$i \dots b$ menyatakan indeks *range* sepanjang i dan b

j menyatakan jumlah variabel laten endogen

β_{ji} dan γ_{jb} menyatakan koefisien jalur yang menghubungkan variabel laten endogen (η) dengan eksogen (ξ)

ζ_j menyatakan tingkat kesalahan pengukuran (*inner residual variable*)

Variabel laten endogen dalam penelitian ini yaitu *behavioral intention* dan *use behavior* menggunakan LinkAja Syariah, sedangkan variabel laten eksogennya adalah ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expextancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi fasilitas (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*).

Setelah menentukan hubungan antar variabel laten dalam *inner* model, langkah selanjutnya adalah merancang *outer* model. *Outer* model. sering juga disebut *outer relation* atau *measurement* model mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Dalam penelitian ini, blok indikator yang digunakan adalah blok indikator refleksif dengan persamaan sebagai berikut:

$$X = \Lambda_x \xi + \epsilon_x$$

$$Y = \Lambda_y \eta + \epsilon_y$$

Keterangan:

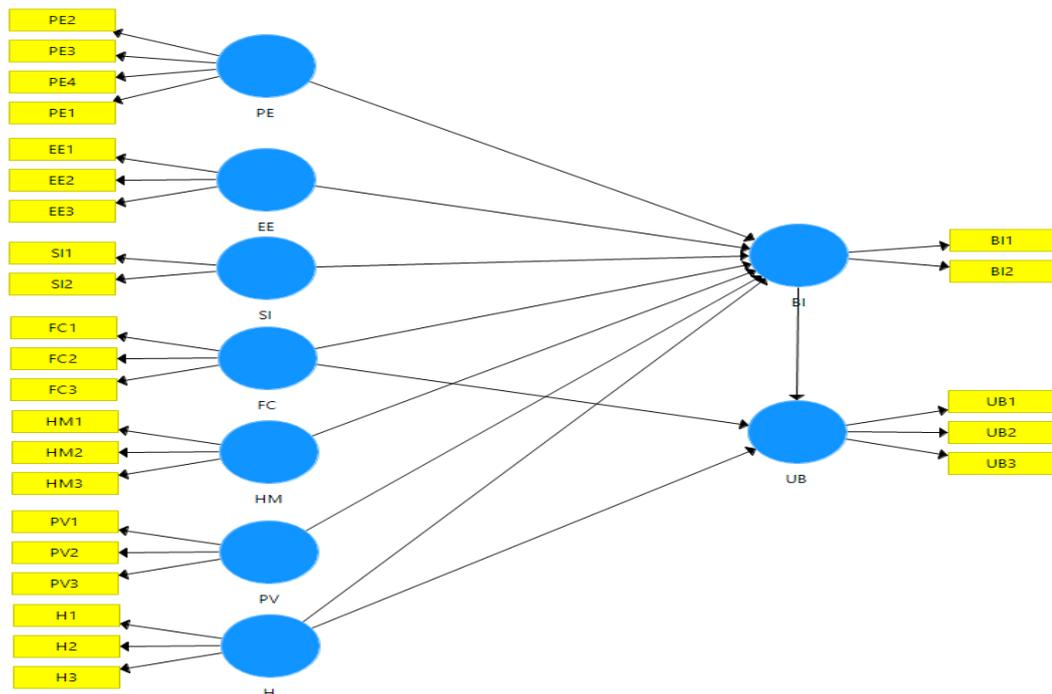
X menyatakan indikator untuk variabel laten eksogen (ξ)

Y menyatakan indikator untuk variabel laten endogen (η)

Λ_x , Λ_y menyatakan *loading matrix* yang menggambarkan seperti koefisien regresi sederhana yang menghubungkan variabel laten dengan indikatornya.

ϵ_x dan ϵ_y adalah simbol kesalahan pengukuran atau *noise*.

Dalam penelitian ini *outer model* dibangun berdasarkan indikator-indikator yang telah disebutkan sebelumnya yang mana variabel endogen minat perilaku (*behavioral intention*) dibangun dengan tiga indikator (BI1, BI2), variabel endogen perilaku menggunakan (*use behavior*) dibangun dengan tiga indikator (UB1, UB2, UB3), variabel eksogen ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) dibangun oleh empat indikator (PE1, PE2, PE3, PE4), variabel eksogen ekspektasi usaha (*effort expectancy*) dibangun oleh tiga indikator (EE1, EE2, EE3), variabel eksogen pengaruh sosial (*social influence*) yang dibangun dengan dua indikator (SI1, SI2), kondisi fasilitas (*facilitating condition*) yang dibangun dengan tiga indikator (FC1, FC2, FC3), variabel eksogen motivasi hedonis (*hedonic motivation*) yang dibangun dengan tiga indikator (HM1, HM2, HM3), variabel eksogen nilai harga (*price value*) yang dibangun dengan tiga indikator (PV1, PV2, PV3), dan variabel eksogen kebiasaan (*habit*) yang dibangun dengan tiga indikator (H1, H2, H3).



Gambar 3.2
Rancangan Model Penelitian

3.8.2.2 Evaluasi Model Pengukuran Reflektif

Rizki Aprilia Primardani, 2022

PERILAKU GENERASI MUSLIM MILENIAL DAN Z DALAM MENGGUNAKAN LINKAJA SYARIAH DENGAN PENDEKATAN UTAUT 2

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

Model pengukuran atau *outer* model dengan indikator reflektif dievaluasi dengan menggunakan *convergent* dan *discriminant validity* dari indikatornya dan *composite reliability* digunakan untuk blok indikator tersebut. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa *measurement* (ukuran) yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (*valid* dan *reliabel*). Sehingga dalam evaluasi ini akan menganalisis validitas, reliabilitas serta melihat tingkat prediksi setiap indikator terhadap variabel laten dengan menganalisis hal-hal sebagai berikut:

- a. ***Convergent Validity***, diartikan sebagai proses pengujian yang dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran refleksi individual ini dapat dikatakan tinggi apabila nilainya lebih dari pada 0.70 dengan konstruk yang diukur. Namun, menurut Chin dikutip dalam Ghozali (2014) mengungkapkan bahwa untuk penelitian tahap awal nilai *loading* 0,5-0,6 dianggap telah cukup baik.
- b. ***Average Variance Extracted (AVE)***, yaitu pengujian untuk menilai rata-rata *communality* pada setiap variabel laten dalam model refleksif. Nilai AVE harus di atas 0.50, yang mana nilai tersebut mengungkapkan bahwa setidaknya faktor laten mampu menjelaskan setiap indikator sebesar setengah dari *variance*.
- c. ***Composite Reliability***, pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa tidak terdapat masalah terkait dengan pengukuran reliabilitas. Penelitian terbebas dari masalah reliabilitas apabila nilai *composite reliability* lebih dari 0.70. *Composite reliability* merupakan uji alternatif lain dari *cronbach's alpha*, apabila dibandingkan hasil pengujiannya maka *composite reliability* lebih akurat daripada *cronbach's alpha*.
- d. ***Discriminant Validity***, uji ini dinilai berdasarkan *crossloading* pengukuran dengan konstruk atau dengan kata lain melihat tingkat prediksi konstruk laten terhadap blok indikatornya. Untuk melihat baik tidaknya prediksi variabel laten terhadap blok indikatornya dapat dilihat pada nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted (AVE)*. Prediksi dikatakan memiliki nilai AVE yang baik apabila nilai akar kuadrat AVE setiap variabel laten lebih besar dari korelasi antar variabel laten.

3.8.2.3 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model atau model struktural dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun *robust* dan akurat. Model tersebut dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk variabel dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Berikut penjelasan lebih lanjutnya:

- a. Analisis *R-Square* (R^2) yaitu untuk menjelaskan besarnya proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh semua variabel independen. Interpretasinya adalah perubahan dari nilai *R-Square* digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang *substantive* atau tidak.
- b. Analisis *Multicollinearity* yaitu pengujian ada tidaknya multikolinearitas dalam model PLS-SEM yang dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF).
- c. Analisis F^2 (*F-square*) untuk *effect size*, merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui tingkat prediktor variabel laten.
- d. Analisis *Q-Square Predictive Relevance*, merupakan analisis untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi dari parameternya. Jika nilai *Q-square* lebih besar dari pada 0 (nol), maka memiliki nilai *predictive relevance* yang baik, sedangkan jika nilai *Q-square* kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Rumus untuk mencari nilai *Q-Square* adalah sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R1^2)(1 - R2^2)$$

- e. Analisis *Goodness of Fit* (GoF), berbeda dengan SEM berbasis kovarian, dalam PLS-SEM pengujian GoF dilakukan secara manual karena tidak termasuk dalam *output* SmartPLS. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

3.8.2.4 Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Tahap selanjutnya pada pengujian PLS-SEM adalah melakukan uji statistik atau uji t dengan menganalisis pada hasil *bootstrapping* atau *path coefficients*. Uji hipotesis dilakukan untuk membandingkan antara t hitung dan t tabel. Apabila t hitung lebih besar dari t tabel ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), maka hipotesis diterima. Selain itu, untuk melihat uji hipotesis dalam PLS-SEM dapat dilihat dari nilai *p-value*,

apabila nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima dan begitupun sebaliknya. Berikut adalah rumusan hipotesis yang diajukan:

a. Hipotesis pertama

$H_0 : \beta = 0$, artinya *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah.

$H_1 : \beta \neq 0$, artinya *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah.

b. Hipotesis kedua

$H_0 : \beta = 0$, artinya *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah.

$H_1 : \beta > 0$, artinya *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah.

c. Hipotesis ketiga

$H_0 : \beta = 0$, artinya *Social Influence* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah.

$H_1 : \beta > 0$, artinya *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah.

d. Hipotesis keempat

$H_0 : \beta = 0$, artinya *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah.

$H_1 : \beta > 0$, artinya *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah.

e. Hipotesis kelima

$H_0 : \beta = 0$, artinya *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh terhadap *Use Behavior* LinkAja Syariah.

$H_1 : \beta > 0$, artinya *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* LinkAja Syariah.

f. Hipotesis keenam

$H_0 : \beta = 0$, artinya *Hedonic Motivation* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah.

$H_1 : \beta > 0$, artinya *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah.

g. Hipotesis ketujuh

$H_0 : \beta = 0$, artinya *price value* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah.

$H_1 : \beta > 0$, artinya *price value* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah.

h. Hipotesis kedelapan

$H_0 : \beta = 0$, artinya *Habit* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah.

$H_1 : \beta > 0$, artinya *Habit* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah.

i. Hipotesis kesembilan

$H_0 : \beta = 0$, artinya *Habit* tidak berpengaruh terhadap *use behavior* LinkAja Syariah.

$H_1 : \beta > 0$, artinya *Habit* berpengaruh positif terhadap *use behavior* LinkAja Syariah.

j. Hipotesis kesepuluh

$H_0 : \beta = 0$, artinya *Behavioral Intention* tidak berpengaruh terhadap *use behavior* LinkAja Syariah.

$H_1 : \beta > 0$, artinya *Behavioral Intention* berpengaruh positif terhadap *use behavior* LinkAja Syariah.