

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode penelitian lapangan (*field research*), di mana peneliti terlibat secara aktif dalam pengumpulan data di lapangan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan data dan informasi langsung dari responden melalui hasil kuesioner tersebut yang berasal dari kalangan generasi milenial pengguna BSI *Mobile* di Kabupaten Kudus sebagai responden dalam penelitian ini. Penelitian lapangan digunakan jika sumber data utama yang harus dikumpulkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian berupa data lapangan. Dalam konteks ini, penelitian lapangan dapat diartikan sebagai jenis penelitian yang melibatkan pengumpulan data secara langsung di lokasi atau lapangan yang menjadi objek penelitian.¹ Selain itu, data juga diperoleh melalui berbagai sumber bacaan yang relevan dengan permasalahan yang akan dibahas, seperti buku, jurnal, *website* dan sumber-sumber lainnya.

Sedangkan pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini yaitu berupa pendekatan kuantitatif yang akan difokuskan pada pengaruh *service quality*, *compatibility*, dan *perceived risk* terhadap *intention of use* layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce*. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memeriksa populasi dan sampel tertentu dengan mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian dan menganalisis data secara statistik. Tujuan utamanya adalah menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.² Oleh karena itu, pada penelitian ini nantinya akan menghasilkan data yang berupa nilai numerik atau angka, yang selanjutnya dianalisis menggunakan metode statistik. Tujuan analisis tersebut adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu, metode statistik juga digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel tertentu terhadap variabel lainnya.³

¹ Toto Syatori Nasehudin and Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 55.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), 8.

³ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publishing and Media Ilmu Press, 2015), 31.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dapat didefinisikan sebagai suatu wilayah yang meliputi objek atau subjek tertentu yang memiliki karakteristik dan kualitas yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian digunakan sebagai dasar untuk membuat kesimpulan. Konsep populasi tidak hanya mencakup jumlah objek atau subjek yang ada, tetapi juga mencakup semua ciri dan sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut.⁴ Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu generasi milenial di Kabupaten Kudus yang merupakan nasabah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk. dan pengguna layanan BSI *Mobile* serta pernah atau sering melakukan transaksi pembelian barang secara *online* melalui *e-commerce*, yang mana berdasarkan pada *Generation Theory* yang dicetuskan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923 dalam buku yang berjudul *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial di Indonesia* yang diterbitkan oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan yang bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia⁵, dijelaskan bahwa generasi milenial atau dapat disebut sebagai generasi Y merupakan generasi yang lahir pada rentan waktu kelahiran sekitar tahun 1980 hingga tahun 2000. Sehingga populasi dalam penelitian merupakan populasi tidak terbatas karena tidak diketahui secara jelas kuantitas dari populasi tersebut.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu yang akan diteliti, dan dipilih menggunakan prosedur tertentu dengan harapan dapat mewakili keseluruhan populasi tersebut. Dalam penelitian ini, digunakan metode pengambilan sampel *non probability sampling* yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen populasi untuk dipilih sebagai sampel. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, di mana peneliti secara sengaja memilih sampel berdasarkan pertimbangan khusus terhadap kriteria yang telah ditetapkan.⁶

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), 80.

⁵ Budiati et al., *Profil Generasi Milenial Indonesia* (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018), 13-14.

⁶ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 76-81.

Jadi pengambilan sampel pada penelitian ini atas dasar pertimbangan tertentu dengan kriteria *pertama*, merupakan generasi milenial yang berusia 22-42 tahun, *kedua*, berdomisili di Kabupaten Kudus, *ketiga*, merupakan nasabah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk. dan pengguna layanan BSI *Mobile*, dan *keempat*, pernah atau sering melakukan transaksi pembelian melalui *e-commerce*.

Dalam menentukan jumlah anggota sampel, peneliti menggunakan rumus Lemeshow (1997)⁷ untuk menentukan sampel yang apabila jumlah populasinya belum diketahui secara pasti atau tidak terbatas, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal

Perkiraan jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini, apabila tingkat keyakinan sebesar 95% dan eror estimasi maksimal 5%, serta potensi terjadinya kesalahan sebesar 0,10 maka diketahui:

$\alpha = 0,05$ maka $Z_{0,05} = 1,96$

P = Maksimal estimasi = 0,5

d = Tingkat kesalahan = 0,10

Jadi, besarnya sampel yang digunakan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = 96,04$$

Dari perhitungan sampel di atas diperoleh hasil sebesar 96,04, maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu 96 responden, namun jika jumlah sampel semakin besar dan mendekati, maka peluang kesalahan dalam olah data akan semakin kecil, sehingga jumlah sampel pada penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden.

⁷ Stanley Lemeshow et al., *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997), 2.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian merupakan karakteristik, atribut, atau nilai yang terdapat pada individu, objek, atau kegiatan, yang memiliki variasi dan dapat mengalami perubahan atau dimanipulasi untuk keperluan penelitian. Definisi dan deskripsi variabel penelitian perlu ditetapkan agar hubungan antara dua atau lebih variabel dalam suatu penelitian dapat diidentifikasi dan dianalisis, sehingga dapat diambil kesimpulan yang tepat.⁸ Adapun variabel penelitian yang ditetapkan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Independen (Bebas)

Variabel ini dapat disebut sebagai variabel stimulus, masukan, penyebab, prediktor, *atecedent*, atau variabel bebas, yaitu variabel yang menyebabkan atau mempengaruhi variabel dependen (terikat). Variabel independen juga dapat diartikan sebagai faktor-faktor yang diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan fenomena yang telah diobservasi atau diamati oleh peneliti. Variabel independen disimbolkan dengan variabel X. variabel independen dalam penelitian ini yaitu *Service Quality* (X1), *Compatibility* (X2), dan *Perceived Risk* (X3).

2. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel ini dapat disebut juga sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen, respon, hasil, atau variabel terikat. Variabel dependen yaitu variabel yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel independen (bebas). Variabel dependen merupakan faktor-faktor yang diobservasi dan diukur untuk menentukan adanya pengaruh variabel independent (bebas). Variabel dependen disimbolkan dengan variabel Y. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu *intention of use* generasi milenial pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dalam transaksi *e-commerce* di Kabupaten Kudus.⁹

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian sangat penting untuk memfasilitasi penelusuran hubungan antar variabel dan memahami makna dari masing-masing variabel penelitian. Hal ini bertujuan untuk menentukan pengukuran hubungan antar variabel

⁸ Burhan Bungis, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2017), 103.

⁹ Abd. Mukhid, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021), 62-63.

yang masih bersifat konseptual.¹⁰ Definisi operasional variabel merupakan suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik yang dapat diamati atau indikator penyusun definisi dari variabel tersebut.¹¹

Adapun definisi operasional variabel pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Service Quality (X1) Sumber: (Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2016) ¹²	Totalitas dari suatu bentuk karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memenuhi keinginan konsumen. ¹³	<i>Reliability</i>	1. Kemudahan penggunaan layanan secara efektif dan efisien	<i>Likert</i>
		<i>Responsiviness</i>	2. Memberikan layanan yang cepat dan tanggap	
		<i>Assurance</i>	3. Layanan memberikan jaminan keamanan kepada pengguna	
		<i>Empathy</i>	4. Memberikan perhatian serta komunikasi yang cermat berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pengguna	

¹⁰ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Edisi 2* (Yogyakarta: Suluh Media, 2018), 74.

¹¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 74.

¹² Fandy Tjiptono and Gregorius Chandra, *Service, Quality, and Satisfaction* (Yogyakarta: Andi, 2016), 284.

¹³ Philip Kotler, *Marketing Management* (Upper Saddle River: Prentice Hall, 2000), 25.

		<i>Tangibles</i>	5. Menyediakan tampilan fitur layanan yang modern dan mudah digunakan	
<i>Compatibility</i> (X2) Sumber: ((Gerhardt et al., 2010) ¹⁴ dalam (Bramastio Wahyudi dan Merlyana Dwinda Yanthi, 2021) ¹⁵)	Tingkat suatu inovasi yang konsisten dengan nilai-nilai yang sudah ada, pengalaman masa lalu, serta memiliki kesesuaian dengan kebutuhan orang-orang yang berpotensi sebagai pengguna. ¹⁶	Sejalan dengan nilai-nilai yang ada	1. Suatu layanan memiliki kesesuaian dengan gaya hidup pengguna	<i>Likert</i>
		Pengalaman masa lalu	2. Suatu inovasi teknologi memiliki kesesuaian dengan keahlian dari jenis layanan teknologi yang sudah ada	
		Kebutuhan	3. Suatu inovasi teknologi selalu diperbarui dan disempunakan untuk meningkatkan kemudahan penggunaan.	
			4. Suatu layanan memiliki kesesuaian dengan kebutuhan saat ini	

¹⁴ Paul Gerhardt Schierz, Oliver Schilke, and Bernd W. Wirtz, "Understanding Consumer Acceptance of Mobile Payment Services: An Empirical Analysis," *Electronic Commerce Research and Applications* 9, no. 3 (2010): 209-216.

¹⁵ Bramastio Wahyudi and Merlyana Dwinda Yanthi, "Penerimaan Teori Tam Terhadap Penggunaan Mobile Payment Dengan Kompatibilitas Sebagai Variabel Eksternal," *Akuntabilitas* 15, no. 1 (2021): 55-72.

¹⁶ Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovation* (New York: The Free Press, 1983), 211.

			5. Meningkatkan keyakinan dan rasa nyaman atas penggunaan suatu inovasi teknologi.	
<i>Perceived Risk (X3)</i> Sumber: ((Fatherman, 2003) ¹⁷ dalam (Ula Rahmatika dan Muhmmad Andryzal Fajar 2019) ¹⁸)	Kertidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak mampu melihat kemungkinan yang akan terjadi akibat pembelian ataupun penggunaan produk atau jasa. ¹⁹	<i>Performance Risk</i>	1. Produk dapat berfungsi sebagaimana mestinya saat digunakan	<i>Likert</i>
		<i>Security Risk</i>	2. Potensi kehilangan kendali atas informasi transaksi dan keuangan	
		<i>Time Risk</i>	3. Kemungkinan menghabiskan waktu untuk mempelajari penggunaan produk	
		<i>Financial Risk</i>	4. Potensi pengeluaran keuangan berkaitan dengan harga pembelian awal dan biaya penggunaan selanjutnya	

¹⁷ Mauricio S. Featherman and Paul A. Pavlou, "Predicting E-Services Adoption: A Perceived Risk Facets Perspective," *International Journal of Human Computer Studies* 59, no. 4 (2003): 451-474.

¹⁸ Ula Rahmatika and Muhammad Andryzal Fajar, "Faktor - faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model TAM – TPB dengan Perceived Risk," *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 8, no. 2 (2019): 274-284.

¹⁹ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008) 115.

		<i>Privacy Risk</i>	5. Potensi kehilangan kendali atas informasi pribadi konsumen.	
<i>Intention of Use</i> (Y) Sumber: ((Zeithaml et al., 1996) ²⁰ dalam (Feliana Monica dan Edwin Japarianto, 2022) ²¹)	Keinginan seorang individu untuk melakukan tindakan tertentu ketika keinginan atau niat itu muncul dari individu itu sendiri. ²²	<i>Motivation to Use</i>	1. Keinginan untuk menggunakan suatu teknologi	<i>Likert</i>
		<i>Repeat to Use</i>	2. Keinginan untuk menggunakan suatu teknologi berulang kali	
		<i>Recommend to Other</i>	3. Keinginan untuk merekomendasikan suatu teknologi kepada orang lain	
		<i>Positive Remarks</i>	4. Konsumen memberikan komentar positif terhadap suatu teknologi	
			5. Konsumen merasa senang terhadap penggunaan suatu teknologi	

²⁰ Valerie A. Zeithaml, Leonard L. Berry, and A. Parasuraman, "The Behavioral Consequences of Service Quality," *Journal of Marketing* 60, no. 2 (1966): 31-46.

²¹ Feliana Monica and Edwin Japarianto, "Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use dan Melalui Perceived Enjoyment terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 16, no. 1 (2022): 9-15.

²² Icek Ajzen, "From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior" *Action Control: From Cognition to Behavior*, ed. Julius In Kuhl and Jurgen Beckman (Heidelberg: Springer, 1985), 11-39.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas memiliki tujuan untuk mengukur tingkat keabsahan atau ketepatan suatu instrumen (kuesioner) dalam konteks data penelitian. Suatu instrumen penelitian dianggap valid jika setiap pertanyaan atau pernyataan pada instrumen tersebut mampu secara efektif menggambarkan aspek yang akan diukur oleh instrumen tersebut.²³

Pada penelitian ini uji validitas dapat diukur menggunakan metode *Corelation Pearson*, yaitu menghubungkan skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau varibael dengan bantuan program statistik SPSS 26, yaitu mengkomparasikan nilai r_{hitung} (nilai *Correlation Pearson*) dengan r_{tabel} (diperoleh dari tabel r), dimana standar penentuan validitas pada suatu kuesioner yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai koefisien korelasi yang dihitung (r_{hitung}) melebihi nilai korelasi yang tercantum dalam tabel referensi (r_{tabel}), maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dianggap valid.
2. Jika nilai koefisien korelasi yang dihitung (r_{hitung}) tidak melebihi atau kurang dari nilai korelasi yang tercantum dalam tabel referensi (r_{tabel}), maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dianggap tidak valid.

Ataupun,

1. Jika nilai signifikansi dari analisis statistik lebih kecil dari 0,05 maka instrumen penelitian dianggap valid.
2. Jika nilai signifikansi dari analisis statistik lebih besar dari 0,05 maka instrumen penelitian dianggap tidak valid.²⁴

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi atau kestabilan saat responden menjawab pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan indikator suatu variabel atau konstruk dalam bentuk kuesioner sebagai instrumen penelitian. Suatu kuesioner dianggap reliabel atau dapat dipercaya jika jawaban yang diberikan oleh responden pada pertanyaan atau pernyataan tersebut menghasilkan data

²³ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publishing and Media Ilmu Press, 2015), 100.

²⁴ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 77-78.

yang konsisten atau sama dari waktu ke waktu, meskipun kuesioner tersebut digunakan secara berulang.²⁵

Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan program statistik SPSS 26 menggunakan metode *Cronbach Alpha* dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 maka instrumen penelitian dari masing-masing variabel pada penelitian ini dinyatakan reliabel.
2. Apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih kecil 0,60 maka instrument penelitian dinyatakan tidak reliabel.²⁶

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian, pengumpulan data dilakukan dengan mencatat peristiwa atau karakteristik dari sebagian atau seluruh elemen populasi penelitian. Data yang telah terkumpul dimanfaatkan untuk memecahkan masalah yang sedang diselidiki atau untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan.²⁷

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan sebelumnya. Metode pengumpulan data ini melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan yang telah disusun berdasarkan indikator atau dimensi dari setiap variabel penelitian kepada responden. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut berdasarkan keadaan sebenarnya saat ini. Respon atau jawaban dari responden terhadap berbagai pertanyaan yang tercantum dalam kuesioner pada penelitian ini diukur menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau sekelompok orang terkait suatu kejadian atau fenomena sosial yang telah ditentukan secara spesifik dalam penelitian tersebut, yang kemudian disebut sebagai variabel penelitian. Dengan menggunakan skala *Likert*, variabel yang akan diukur diuraikan menjadi dimensi, dan kemudian dimensi tersebut diuraikan menjadi sub-variabel. Selanjutnya, sub-variabel dijabarkan menjadi indikator yang dapat diukur. Hal ini menjadi

²⁵ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publishing and Media Ilmu Press, 2015), 97.

²⁶ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 81-82.

²⁷ Misbahudin and Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik (Edisi Kedua)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 27.

dasar untuk membuat item instrumen dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan yang akan dijawab oleh responden.²⁸

Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan istilah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan pengolahan data serta penafsiran data yang bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab rumusan masalah yang diajukan dan diolah dengan metode kuantitatif agar data lebih mudah dipahami atau diinterpretasikan. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS *Statistics 26*. SPSS (*Statistical Package for The Social Sciences*) merupakan *software* berbasis windows yang digunakan untuk menganalisis data serta melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik.²⁹ Adapun teknik analisis pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi validitas model analisis regresi linear, dengan tujuan untuk mengidentifikasi adanya masalah normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Selain itu, uji asumsi klasik juga membantu dalam memahami pola penyebaran data yang digunakan dalam analisis.³⁰ Terdapat beberapa tahap dalam pengujian asumsi klasik pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

²⁸ Sudaryono, *Statistik I: Statistik Deskriptif Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2021), 44-45.

²⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018), 15.

³⁰ Masrukhin, *Statistik Deskriptif Dan Inferensial Aplikasi Program SPSS Dan Excel* (Kudus: Media Ilmu Press, 2014), 113.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah kedua variabel dalam model regresi, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen), memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Keberhasilan model regresi ditentukan oleh sejauh mana data mengikuti pola distribusi normal. Jika data tersebut memiliki distribusi normal atau mendekati normal, maka model regresi dianggap baik.³¹

Untuk menentukan apakah variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi pada penelitian ini mengikuti distribusi normal atau tidak, dilakukan analisis menggunakan uji statistik metode *Kolmogorov-Smirnov*. Pedoman pengambilan keputusan dengan uji ini didasarkan pada kriteria berikut:

1. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian memiliki distribusi normal.
2. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian memiliki distribusi tidak normal.³²

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan pengujian data menggunakan *normal probability plot*. Untuk mengetahui peredaran dari data (titik-titik) pada sumbu diagonal grafik, menggunakan asumsi sebagai berikut:

1. Apabila data penyebarannya terlihat berdekatan dengan garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memiliki asumsi normalitas yang memadai.
2. Apabila data tersebar secara signifikan jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, dapat disimpulkan bahwa model

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 46.

³² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publising and Media Ilmu press, 2015), 110.

regresi tidak memenuhi asumsi normalitas yang memadai.³³

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi yang signifikan antara variabel bebas (independen) dalam model regresi. Model regresi yang optimal adalah yang tidak memiliki korelasi yang kuat antara variabel bebas (independent). Jika terdapat korelasi yang kuat, maka hubungan antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) dapat terganggu, dan hasil analisis regresi menjadi tidak dapat diandalkan.³⁴

Uji multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factors* (VIF). Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas ini ditentukan sebagai berikut:

1. Apabila nilai *Tolerance* melebihi 0,10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) berada di bawah 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada adanya masalah multikolinieritas dalam data yang sedang diuji.
2. Apabila nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) berada di atas 10, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah multikolinieritas dalam data yang sedang diuji.

Model regresi yang optimal yaitu yang tidak menghadapi masalah multikolinieritas pada data yang sedang diuji.³⁵

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi apakah terjadi ketidakseragaman varian dari residual dalam model regresi. Jika varian residual tetap atau seragam dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, maka disebut sebagai homoskedastisitas. Namun, jika terdapat perbedaan varian residual, maka disebut sebagai

³³ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Parametrik* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019), 204.

³⁴ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 120.

³⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018), 107-108.

heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu seharusnya menunjukkan homoskedastisitas, bukan heteroskedastisitas, karena hal tersebut dapat mempengaruhi validitas dan keandalan hasil analisis regresi.³⁶

Untuk mendeteksi uji heteroskedastisitas pada penelitian yaitu dengan menggunakan metode *glejser*. Dasar pengambilan keputusan dalam metode *glejser* yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam data yang sedang diuji.
2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat gejala heteroskedastisitas dalam data yang sedang diuji.

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi juga dapat dilihat dari grafik *scatterplot* antara nilai variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED (*Standartized Predicted Value*) dengan residualnya yaitu SRESID (*Studentized Residual*). Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas ini yaitu sebagai berikut:

1. Jika terdapat pola yang jelas, seperti titik-titik data membentuk pola tertentu yang memiliki struktur tertentu seperti bergelombang, mengumpul di tengah, melebar kemudian menyempit, atau menyempit kemudian melebar, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik data tersebar secara tidak teratur di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.³⁷

³⁶ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2019) 120.

³⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 139.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan hubungan linear antara dua atau lebih variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Analisis ini berujuan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen), serta melakukan prediksi terhadap nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Selain itu, analisis regresi linear berganda juga berguna untuk mengidentifikasi apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat positif atau negatif.³⁸

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan lebih dari satu variabel yaitu *Service Quality* (X_1), *Compatibility* (X_2), *Perceived Risk* (X_3) dan *Intention to Use* (Y). Sehingga secara sistematis analisis regresi linear berganda pada penelitian ini dapat ditentukan dengan persamaan berikut:³⁹

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = *Intention of Use*

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi *Service Quality*

β_2 = Koefisien Regresi *Compatibility*

β_3 = Koefisien Regresi *Perceived Risk*

X_1 = *Service Quality*

X_2 = *Compatibility*

X_3 = *Perceived Risk*

ε = Standart Error

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan masing-masing koefisien regresi variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) dengan uji statistik sebagai berikut:

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien diterminasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas (independen)

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), 277.

³⁹ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Parametik* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019), 157.

dalam menerangkan variabel terikat (dependen). Besarnya koefisien determinasi yaitu 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Apabila besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) suatu persamaan regresi semakin mendekati 0 (nol), maka akan semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati 1 (satu) maka semakin besar pengaruh semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).⁴⁰

Koefisien determinasi (R^2) memiliki fungsi utama untuk mengukur sejauh mana variabel independen (X) dapat menjelaskan variasi pada variabel dependen (Y). R^2 menunjukkan persentase perubahan dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin besar persentase perubahan dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sebaliknya, jika nilai R^2 rendah, artinya variabel independen hanya memberikan kontribusi kecil dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.⁴¹

b. Uji F (Simultan)

Pada pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, tujuan utamanya adalah untuk menentukan apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Hasil uji F ini dapat memberikan informasi apakah model regresi secara keseluruhan memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Jika hasil uji F menunjukkan nilai yang signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa setidaknya satu atau lebih variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara simultan. Hasil uji F dapat ditentukan dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:⁴²

1. Apabila nilai F_{hitung} lebih kecil dari nilai F_{tabel} dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) diterima. Ini

⁴⁰ Algifari, *Analisis Regresi: Teori, Kasus, Dan Solusi: Edisi 2* (Yogyakarta: BPFE, 2000), 72.

⁴¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 146.

⁴² Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 67.

berarti bahwa secara simultan atau bersamaan, variabel bebas (independen) tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (dependen).

2. Apabila nilai F_{hitung} lebih kecil dari nilai F_{tabel} dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak. Ini berarti bahwa secara simultan atau bersamaan, variabel bebas (independen) memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (dependen).

c. Uji t (Parsial)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen (X) secara parsial atau individu terhadap variabel dependen (Y). Tujuan dari pengujian ini yaitu untuk mengetahui sejauh mana kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam menentukan signifikansi hasil uji t dilakukan pengambilan keputusan berdasarkan pada pedoman berikut:⁴³

1. Apabila nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} , maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) diterima, dan hipotesis alternatif (H_1 , H_2 , dan H_3) ditolak. Ini berarti variabel independen secara parsial atau individu tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} , maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak, dan hipotesis alternatif (H_1 , H_2 , dan H_3) diterima. Ini berarti variabel independen secara parsial atau individu memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
3. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) diterima, yang berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Namun, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis nol (H_0) ditolak, yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

⁴³ M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 269.