

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dilihat dari tempat melaksanakannya maka jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan (*field research*) adalah dilakukan dalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realitas apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu. Umumnya penelitian lapangan bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.¹

Penelitian *field research* ini dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau tempat penelitian yaitu yang berkenaan dengan perilaku konsumen terhadap minat menggunakan *e-money* yang diterbitkan oleh perusahaan PT. Treni (Veritra Sentosa Internasional) yaitu Paytren.

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Selain data berupa angka, dalam penelitian kuantitatif juga terdapat data berupa informasi kualitatif.² Penelitian kuantitatif didasari oleh filsafat positivisme yang menekankan fenomena-fenomena objektif dan dikaji secara kuantitatif. Maksimalisasi objektivitas desain penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol.³

¹ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), 14.

² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 12.

³ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT RosdaKarya, 2009), 53

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode survei. Survei merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang ditujukan pada sejumlah besar individu atau kelompok. Dalam survei, fokus perhatian hanya ditujukan pada beberapa variabel saja. Dengan metode survei, peneliti hendak menggambarkan karakteristik tertentu dari suatu populasi, apakah berkenaan dengan sikap, tingkah laku, atau aspek sosial lainnya, variabel yang ditelaah disejalankan dengan karakteristik yang menjadi fokus perhatian survei tersebut. Metode survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data yang pokok. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.⁴

Survei online (Burhan 2009) merupakan salah satu cara pengumpulan data dalam survei yang dilakukan dengan menggunakan web atau email. Web lebih disukai dibandingkan dengan email karena bentuk-bentuk interaktif HTML dapat digunakan. Banyak keuntungan dalam penggunaan survei online (*online survey*) dalam rangka meningkatkan fungsi dari sistem survei yang sudah ada sebelumnya. Namun, online survey system juga tentunya memiliki kekurangan, misalnya dalam hal keamanan. Seseorang akan mudah memanipulasi data dengan mengikuti survei berkali-kali untuk mendapatkan hasil survei yang condong atau sesuai keinginan. Sistem survei online ini dapat digunakan pada industri-industri dalam skala besar. *Online survey* memudahkan peneliti dengan cepat menerima hasil kuesioner yang diinginkan. Dengan berkembang pesatnya internet, maka peneliti memfokuskan diri pada metode *online survey*. Dimana media internet menjadi media penyebar kuesioner,

⁴ Andi Prastowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media), 2016, 175-176.

penggunaan *online survey* jelas menghemat banyak waktu, proses yang lebih mudah, dan efisien.

C. Populasi dan Sampel

Populasi memiliki pengertian sebagai seluruh kumpulan elemen (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Populasi bisa disebut sebagai totalitas subjek penelitian.⁵ Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁶ Pengambilan sampel merupakan suatu proses pemilihan dan penentuan jenis sampel dan perhitungan besarnya sampel yang akan menjadi subjek atau objek penelitian.⁷

Untuk menguji hipotesis yang telah dijabarkan peneliti, peneliti mengumpulkan data primer dengan menyebarkan kuesioner secara online yang disebarkan melalui media sosial (survei online). Populasi responden untuk penelitian ini adalah responden yang menggunakan aplikasi *e-money* Paytren. Dari data terakhir Januari 2019 sebanyak 2.500.000 (2,5 juta) pengguna produk *e-money* Paytren.

Pengambilan sampel dilakukan *sampling non probabilitas* terhadap objek yang diteliti. *Sampling non probabilitas* adalah semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.⁸ Pada jenis *purposive sampling*, yaitu responden yang terpilih menjadi anggota sampel atas dasar pertimbangan peneliti sendiri. Sesuai dengan namanya, sampel diambil dengan maksud dan tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu yang diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan

⁵ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 27.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 73.

⁷ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, 252.

⁸ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*, 28.

bagi penelitiannya.⁹ Dengan metode *online* yang digunakan, maka peneliti melakukan pengambilan sampel menggunakan media sosial dimana peneliti memakai media sosial *Twitter* dan *Facebook*. Peneliti membutuhkan 100 orang responden sehingga akun *Twitter* dan *Facebook* yang diminta oleh peneliti berjumlah lebih dari 100 untuk menanggulangi calon responden yang tidak memberikan jawaban. Pembagian *sampling* dilakukan secara bertahap. Hasil kuesioner dari responden akan langsung ditampung dalam website *Google Docs* milik peneliti sehingga data bisa langsung diketahui untuk bisa segera diproses.

Penentuan jumlah sampel ditentukan melalui salah satu rumus yang sering digunakan dalam penelitian kuantitatif, yaitu rumus Slovin:¹⁰

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

ket : n : sampel
 N : populasi
 E : error yaitu 1-15%

Dari pengguna/mitra produk *e-money* Paytren sebanyak 2.500.000, maka perhitungan jumlah sampelnya yaitu :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{2500000}{1+2500000(1)^2}$$

$$n = \frac{2500000}{2500001}$$

$n = 99.999996$ maka dibulatkan menjadi 100 responden

Dari penghitungan di atas peneliti mendapatkan hasil 99.999996 orang dari pengguna/mitra yang akan diambil sebagai sampel.

⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*, 139-140.

¹⁰ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*, 29.

Hasil di atas kemudian dibulatkan ke angka 100. Hal ini untuk mengurangi tingkat *sampling error*.

D. Tata Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.¹¹ Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu :

1. Variabel independen (bebas) adalah suatu variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain.¹² Variabel independen pada penelitian ini ada tiga variabel dependen yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan pengetahuan produk.
2. Variabel dependen (terikat) adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek variabel lain.¹³ Variabel dependen pada penelitian ini yaitu minat pengguna *e-money* berbasis syariah.

E. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel mengacu pada makna serta pengukuran dari variabel (karakteristik yang melekat dari variabel). Definisi operasional adalah penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.¹⁴

Tabel 3.1
Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Persepsi Manfaat (X1)	Sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan	1. Pekerjaan menjadi lebih cepat 2. Performa	Skala <i>Likert</i>

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 31.

¹² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 134.

¹³ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 134.

¹⁴ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*, 14.

	<p>dimana <i>user</i> percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa pekerjaan atau kinerja hidupnya.</p>	<p>kinerja</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Produktifitas lebih bertambah/meningkat 4. Keefektifan dan dalam layanan 5. Pekerjaan menjadi lebih mudah 6. Berguna 	
<p>Persepsi kemudahan (X2)</p>	<p>Sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana <i>user</i> percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem mudah dipelajari 2. Sistem mudah digunakan 3. Sistem lebih jelas dan mudah dimengerti 4. Pengguna menjadi lebih terampil 	<p>Skala <i>Likert</i></p>
<p>Pengetahuan Produk (X3)</p>	<p>Kumpulan pengetahuan konsumen</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik/Atribut produk 	<p>Skala <i>Likert</i></p>

	tentang berbagai macam informasi mengenai produk tersebut	2. Manfaat produk 3. Kepuasan yang diberikan produk	
Minat (Y1)	Sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli/memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk tersebut	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif	Skala <i>Likert</i>

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji keabsahan dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian kuantitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah valid, reliabel dan objektif.

1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat diperoleh oleh peneliti. Dalam penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan data yang valid, reliabel dan objektif maka penelitian dilakukan dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel, dilakukan pada sampel yang mendekati jumlah populasi dan pengumpulan serta analisis data dilakukan dengan cara yang benar.

Dalam penelitian kuantitatif untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel yang diuji adalah instrumennya.¹⁵

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi dan stabilitas data atau penelitian. Dari perspektif positivistik, reliabilitas biasanya dianggap sama dengan konsistensi data yang dihasilkan oleh pengamatan yang dilakukan oleh peneliti yang berbeda, oleh peneliti yang sama pada waktu yang berbeda, atau dengan memisahkan kumpulan data menjadi dua bagian.¹⁶ Dalam uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan menggunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Dan sebaliknya jika *Cronbach Alpha* diketemukan angka koefisien lebih kecil ($< 0,60$) akan dikatakan tidak reliabel.¹⁷

G. Teknik Pengumpulan Data

Dilihat dari sumber perolehan data, data tersebut berasal secara umum dalam penelitian dikenal ada dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Kedua jenis data ini selalu dipakai oleh para peneliti dalam penelitiannya dalam usaha membuat solusi atau

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 364-365.

¹⁶ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*, 364.

¹⁷ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 171.

menemukan jawaban terhadap pokok persoalan yang diteliti.¹⁸

1. Data primer yaitu data yang diperoleh dari sumber yang bersifat mentah atau belum diolah. Data primer belum mampu memberikan informasi dalam pengambilan keputusan sehingga perlu diolah lebih lanjut.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber yang menerbitkan dan bersifat siap pakai. Data sekunder mampu memberikan informasi dalam pengambilan keputusan meskipun dapat diolah lebih lanjut.¹⁹

Dalam penelitian ini, metode survei digunakan untuk mendapatkan data. Metode survei adalah metode penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu diantaranya:

1. Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.²⁰

Jawaban pada setiap item instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* yang mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang mana dibuat dalam bentuk *checklist*, yang dapat berupa kata-kata antara lain:²¹

¹⁸ Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 121.

¹⁹ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*, 19.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, 199.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 86-87.

- a. Sangat setuju (SS) skor 5
- b. Setuju (S) skor 4
- c. Netral (N) skor 3
- d. Tidak setuju (TS) skor 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) skor 1

Dalam hal ini kuesioner disebarakan melalui media sosial (*online*), seperti yang telah dijelaskan diatas, peneliti menggunakan kuesioner sebagai pengumpul data untuk menyelesaikan permasalahan kepada kelompok sampel yang telah ditentukan. Merancang dan menyebarkan kuesioner jika populasi penelitian bersifat heterogen dan sulit dijangkau peneliti, serta biaya yang minim untuk melakukan penyebaran kuesioner secara offline, sedangkan keberadaan data tersebut sangat penting untuk menyelesaikan masalah. Maka langkah yang penleiti tempuh ialah dengan menggunakan kuesioner online dengan media sosial.

Banyak situs yang mneyediakan jasa pembuatan kuesioner secura online, seperti <http://www.fordeon.com/>, www.kwiksurveys.com dan Google doc dengan tujuan akhir yang sama yaitu membantu peneliti untuk menghemat biaya dan memperoleh hasil yang akurat.²²

Untuk penelitian kali ini kuesioner dibuat dan disebarakan melalui bantuan Google doc kepada para pengguna *e-money* khususnya pengguna Paytren di media sosial.

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarakan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan

²² Rambat Lupiyoadi dan Ridlo Bramulya Ihksan, *Praktikum Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), 21.

untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik.²³ Adapun urutan analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis statistik untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan hubungan sari dua atau ebih variabel independen dengan variabel dependen.²⁴

Persamaan regresi linier berganda untuk tiga prediktor dalam penelitian ini adalah $Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$ dengan keterangan sebagai berikut:

Y' : Variabel dependen (Minat)
 a : Konstanta
 X_1 : Persepsi kemanfaatan
 X_2 : Persepsi Kemudahan
 X_3 : Pengetahuan Produk
 $b_1-b_2- b_3$: Koefisien regresi

Tujuan analisis regresi berganda adalah untuk mengukur intensitas hubungan antara dua variabel atau lebih dan membuat perkiraan nilai X dan Y. Data yang digunakan untuk variabel independen X dapat berupa data pengamatan yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti atau disebut data primer maupun data yang telah dikontrol oleh peneliti sebelumnya atau data sekunder.²⁵

2. Uji Koefisien Korelasi

Nilai hubungan dinyatakan dengan r (koefisien korelasi) yang dapat dinyatakan korelasi

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, 207.

²⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), 56.

²⁵ Rambat Lupiyoadi dan Ridlo Bramulya Ihksan, *Praktikum Metode Riset Bisnis*, 157-158.

rendah atau tinggi. Winarno Surakhmad menyatakan jika nilai r antara :

0,00 – 0,20 korelasi rendah sekali

0,20 – 0,40 korelasi rendah

0,40 – 0,60 korelasi sedang

0,60 – 0,80 korelasi tinggi

0,80 – 1,00 korelasi sangat tinggi

Koefisien korelasi mempunyai nilai paling kecil -1 dan paling besar $+1$. Hubungan negatif berarti berlawanan arah, sedangkan hubungan positif menunjukkan searah perubahannya. Perlu diketahui bahwa nilai $r = 0,80$ tidak berarti bahwa kuatnya hubungan empat kali dari nilai $r = 0,20$.

3. Menghitung Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa baik garis regresi sebagai penaksir sesuai dengan data sampel yang diamati, dinyatakan dalam persen. Misal $r = 0,9$ maka $r^2 = 0,81$, artinya 81% perubahan Y yang disebabkan oleh faktor X dan 19% disebabkan oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam model.²⁶

4. Uji T (Signifikansi Parameter Parsial)

Uji T dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau tingkat keyakinan sebesar 0,95. Ketentuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika tingkat signifikansi $< 5\%$ H_0 akan ditolak dan H_a diterima. Atau H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$.

²⁶ Marzuki, *Metodologi Riset*, 97.

- b. Jika tingkat signifikansi $> 5\%$ H_0 akan ditolak dan H_0 diterima. Atau H_0 ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$.²⁷

5. Uji Statistik F (Uji Signifikasi Parameter Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan di dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Cara yang digunakan adalah dengan melihat besarnya nilai probabilitas signifikannya. Jika nilai probabilitas signifikansinya $< 5\%$ maka variabel independen akan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.²⁸ Uji F dilakukan dengan langkah membandingkan dari F_{hitung} dengan F_{tabel} . Nilai F_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian Anova. Langkah-langkah pengujian hipotesis simultan dengan menggunakan uji F adalah sebagai berikut :

- a. Membuat formula uji hipotesis

$H_0 : b_1, b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh profitabilitas dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan

$H_1 : b_1, b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh profitabilitas dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan
- b. Menentukan tingkat signifikansi

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kemelesetan 5%.
- c. Menghitung nilai f_{hitung} dengan rumus

²⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 Edisi Kelima*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 97.

²⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 Edisi Kelima*, 98.