

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Berdasarkan sumber informasi yang dipakai dalam riset ini, jenis penelitiannya merupakan penelitian lapangan (*field Research*). Penelitian lapangan merupakan penelitian yang mengumpulkan data dan informasi dari kegiatan di lapangan penelitian.¹ Alasan memilih penelitian lapangan karena penelitian ini bermaksud untuk mengenali pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, serta promo *cashback* kepada minat bertransaksi menggunakan *fintech Shopeepay* pada masyarakat Kudus, jadi dengan penelitian lapangan, subjek yang diamati akan menghasilkan data dan jawaban yang lebih akurat.

Dalam penelitian ini jenis pendekatannya yaitu pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif sebagai suatu pendekatan cenderung menekankan pemikiran positivistik berdasarkan kenyataan sosial yang ditarik dari realitas objektif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan angka-angka, data yang berupa bilangan, dianalisis menggunakan statistik, menanggapi hipotesis penelitian tertentu, dan sampel yang diambil harus representatif. Jika demikian, prediksi bahwa satu variabel akan mempengaruhi yang lain.²

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek ataupun subyek yang memiliki kualitas serta ciri-ciri tertentu yang ditentukan, dipelajari dan ditarik kesimpulan oleh peneliti.³ Penelitian ini, populasinya adalah masyarakat Kudus yang memiliki minat menggunakan *fintech* ShopeePay sebagai alat transaksi yang jumlahnya tidak diketahui. Alasan memilih masyarakat Kudus karena masyarakat kudus terkenal sebagai pedagang antar kota, terbiasa memasarkan barang dagangan

¹ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 34.

² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Daros, 2009), 7.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 80.

sehingga banyak melakukan transaksi dengan pembeli, sehingga dianggap mampu menjawab pertanyaan mengenai *fintech* ShopeePay.

Sampel adalah bagian dari jumlah serta sifat-sifat yang terdapat di populasi. Jika populasi besar, serta penelitian tidak bisa melaksanakan seluruh populasi, maka seorang peneliti memakai sampel yang didapat dari populasi. Jadi, sampel yang dipakai dari populasi harus mewakili populasi.⁴ Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden masyarakat Kudus yang berminat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePay, sedangkan uji non responden yang diambil sebanyak 30 responden.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* yang artinya metode pengumpulan sampel tidak dengan cara menyeluruh membagikan peluang yang serupa untuk seluruh anggota populasi untuk dijadikan sampel. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Sampling Insidental* ialah metode pengumpulan sampel bersumber pada kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan berjumpa dengan peneliti bisa memakainya selaku sampel, asalkan sumber datanya tepat.⁵ Jumlah sampel penelitian ini menggunakan rumus *lemeshow*. Rumus *Lemeshow* yaitu sebagai berikut:⁶

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = Maksimal Estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) Tingkat kesalahan, 10 %

Menurut rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

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

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 81.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 84-85.

⁶ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta:Deepublish, 2020), 13.

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Berdasarkan rumus di atas, jumlah sampel yang didapat yaitu sebesar 96,04 = 100 orang, jadi penelitian ini berisi data sampel minimal 100 orang.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian merupakan sesuatu yang terbentuk yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari untuk memperoleh informasi tentangnya, kemudian menarik kesimpulan.⁷ Berbagai variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi :⁸

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel bebas merupakan suatu variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas dalam penelitian ini merupakan persepsi kemudahan penggunaan, keamanan dan promo *cashback*.

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat adalah hasil dari variabel yang dipengaruhi ataupun variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini merupakan minat menggunakan transaksi.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan definisi variabel yang diformulasikan bersumber pada sifat- sifat variabel yang bisa dicermati.⁹

Tabel 3. 1
Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	Persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan dalam proses	1. Sangat mudah dipelajari. 2. Sangat mudah dipahami. 3. Sangat mudah dioperasikan. ¹¹	<i>Likert</i>

⁷ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 133.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 38.

⁹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 138.

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	pengambilan keputusan, karena seorang percaya bahwa akan lebih mudah untuk menggunakan teknologi. ¹⁰		
Keamanan (X2)	Menurut Sestri dan Husnayetti keamanan adalah keyakinan seseorang ketika melakukan transaksi merasa aman sehingga memudahkan pengguna memunculkan anggapan kalau memakai layanan itu dapat bermanfaat untuk mereka. ¹²	1. Jaminan keamanan 2. Kerahasiaan data. ¹³	<i>Likert</i>

¹¹ Prasetya and Putra, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya,” 153.

¹⁰ Imam Ghozali, *25 Grand Theory* (Semarang: Yoga Pratama, 2020), 112.

¹² Maulida Swara and Achmad Fauzi, “Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech) Payment Linkaja Syariah” 1, no. 3 (2021): 236.

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Promo Cashback (X3)	Promo <i>cashback</i> merupakan salah satu bentuk dari <i>sales promotion</i> , yang berfungsi sebagai pendorong adanya penjualan dan pembelian suatu produk pada jangka waktu pendek. ¹⁴	<ol style="list-style-type: none"> Menyebarkan informasi mengenai <i>cashback</i> melalui iklan yang ditampilkan di berbagai media informasi. Informasi dari mulut ke mulut melalui rekomendasi para pengguna.¹⁵ 	<i>Likert</i>
Minat (Y)	Menurut Ahmad Susanto, minat merupakan dorongan dalam diri seseorang yang menciptakan	<ol style="list-style-type: none"> Rasa ingin menggunakan. Selalu menggunakan. Berlanjut menggunakan di masa yang akan datang, yaitu :¹⁷ 	<i>Likert</i>

¹³ Heriyana, “Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa STIE Rahmanyah Sekayu),” *Jurnal Ekonomia* 10, no. 1 (2020): 35.

¹⁴Fitri Mawardani and Renny Dwijayanti, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee”, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.3 (2021), 1455–63.

¹⁵ Fitri Mawardani and Renny Dwijayanti, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee”, 1457.

¹⁷Oktafalia Marisa, “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology,” *Jurnal Administrasi Kantor* 8, no. 2 (2020): 140.

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	keterkaitan atau perhatian secara efektif, yang menjadikan kegiatan yang menyenangkan, menguntungkan yang akan memuaskan orang tersebut. ¹⁶		

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan sumber informasi riset yang diperoleh dengan cara langsung memberikan informasi pada pengumpul informasi.¹⁸ Data primer penelitian ini berasal dari kuesioner/angket yang diberikan pada responden. Angket merupakan metode pengumpulan informasi yang efektif jika peneliti mengetahui variabel yang akan diukur serta mengenali apa yang diharapkan dari responden. Angket sesuai untuk jumlah responden lumayan banyak serta tersebar luas. Angket bisa berbentuk pertanyaan ataupun pernyataan terbuka ataupun tertutup, serta bisa diserahkan pada responden dengan cara langsung ataupun dikirim lewat pesan, ataupun internet.¹⁹

Model skala yang digunakan dalam penyusunan kuesioner merupakan skala likert. Skala likert dipakai untuk mengukur tindakan, opini, serta anggapan orang ataupun golongan orang kepada kejadian sosial. Skala likert

¹⁶ Lutfi Nurtika, *Strategi Meningkatkan Minat Baca Pada Masa Pandemi* (Banyumas: Lutfi Gilang, 2021), 53-54.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 225.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 142.

mengganti variabel yang diukur jadi variabel indikator. Indikator digunakan untuk menata item-item instrument yang bisa berbentuk pertanyaan ataupun pernyataan. Jawaban tiap item instrument memakai skala likert diberikan skor yang berbeda-beda yaitu : sangat tidak setuju (skor 1), tidak setuju (skor 2), netral (skor 3), setuju (skor 4), sangat setuju (skor 5).²⁰

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sumbernya tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.²¹ Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan topik penelitian.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu dimensi yang membuktikan tingkatan keakuratan alat ukur. Validitas dipakai untuk mengenali kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendeskripsikan variabel. Percobaan signifikansi dicoba dengan metode membandingkan angka r hitung dengan derajat kebebasan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$ (n merupakan jumlah sampel). Apabila r hitung lebih besar dari r tabel serta berkorelasi positif maka butir pertanyaan valid.²²

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indikator yang membuktikan sepanjang mana suatu alat ukur bisa diyakini ataupun bisa diandalkan. Tiap alat ukur sepatutnya memiliki keahlian untuk membagikan hasil pengukuran relatif tidak berubah-ubah dari durasi ke durasi.²³ Dalam melakukan uji reliabilitas dapat

²⁰ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 163.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 225.

²² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), 158.

²³ Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis*, 102.

menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha*. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai hasil pengujian uji statistik *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Dan jika *Cronbach Alpha* lebih kecil ($< 0,60$), maka dinyatakan tidak reliabel.²⁴

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian guna mengetahui apakah nilai residual terjadi pendistribusian normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik jika mempunyai nilai residual yang berdistribusi normal. Oleh karena itu, uji normalitas tidak dikerjakan dalam masing-masing variabel, akan tetapi pada nilai residualnya.²⁵ Pengujian ini umumnya dipergunakan dalam pengukuran data dengan skala rasio, interval, ataupun ordinal. apabila analisis mempergunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi. Artinya, data diambil dari distribusi normal. Apabila data tidak terdistribusi normal, maka penggunaan metode alternatifnya yakni non parametrik. Penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika signifikansi lebih besar 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal.²⁶

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bermaksud untuk mencoba apakah regresi diketemukan hubungan korelasi antar variabel (bebas) dalam regresi. Bentuk regresi yang bagus pastinya tidak mempunyai hubungan dampingi variabel bebas. Bila variabel bebas dikorelasikan, hingga variabel itu tidak membuat variabel ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel bebas yang angka hubungan dampingi variabel bebas nya merupakan nihil.²⁷ Untuk mendeteksi multikolinieritas dalam model regresi adalah dengan *Nilai Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, nilai *cut off* yang umum dipakai

²⁴ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 171.

²⁵ Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis*, 156.

²⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 71.

²⁷ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 180.

untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.²⁸

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan uji guna melihat apakah ada varians yang tidak sama atas residual satu ke observasi ke observasi lain yang tetap.²⁹ Uji heteroskedastisitas dipergunakan guna melihat apakah ada ketidaksamaannya nilai simpangan residual atas besar kecilnya nilai salah satu variabel independen. Uji *rank spearman* dipergunakan pada penelitian ini. Deteksi terdapatnya heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Sig. (2-tailed) $\leq \alpha = 0,05$ maka terkena heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai Sig. (2-tailed) $> \alpha = 0,05$ maka tidak terkena heteroskedastisitas.³⁰

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ialah hubungan linear antara dua variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis ini bertujuan guna melakukan prediksi nilainya dari variabel terikat jika nilai variabel bebas meningkat ataupun menurun, juga menentukan arah hubungan diantara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah pada setiap variabel bebas berhubungan positif atau negatif.³¹ Dalam penelitian ini, persamaan regresi linier berganda yaitu:³²

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat

a = Konstanta

X₁ = Persepsi Kemudahan Penggunaan

X₂ = Keamanan

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (Semarang: Undip, 2018), 107.

²⁹ Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis*, 158.

³⁰ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, 83-84.

³¹ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, 71.

³² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*,

X_3 = Promosi *Cashback*
 e = Error

b. Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) dipergunakan melihat apakah variabel bebas (X) memberikan pengaruh signifikan pada variabel terikat (Y). signifikan memiliki arti pengaruhnya bisa diberlakukan guna populasi.³³ Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan formulasi H_0 dan H_a
 - a) Hipotesis 1
 H_{01} : tidak ada pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePAY.
 H_{a1} : ada pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePAY.
 - b) Hipotesis 2
 H_{02} : tidak ada pengaruh antara keamanan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePAY.
 H_{a2} : ada pengaruh antara keamanan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePAY.
 - c) Hipotesis 3
 H_{03} : tidak ada pengaruh antara promo *cashback* terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePAY.
 H_{a3} : ada pengaruh antara promo *cashback* terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePAY.
- 2) Kesimpulan1
 - a) Cara11
 Jika $Sig > 0,05$ maka H_0 diterima
 Jika $Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
 - b) Cara62
 Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

³³ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 59.

Jika-t hitung $< -t$ tabel dan t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak.³⁴

c. **Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

Koefisien determinasi dipakai untuk mengenali persentase pengaruhnya variabel bebas kepada variabel terikat dengan cara bersamaan. Koefisien ini membuktikan sejauh mana persentase variasi variabel bebas yang dipakai dalam bentuk bisa menerangkan derajat perubahan variabel terikat. Jika R^2 adalah nol, maka tidak terdapat persentase pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas kepada variabel terikat, ataupun pergantian variabel bebas yang dipakai dalam bentuk tidak menerangkan terdapatnya pergantian variabel bebas variabel terikat. Kebalikannya R^2 sama dengan 1, maka persentase kontribusi pengaruh dampak variasi variabel bebas kepada variabel terikat sempurna, pergantian variabel bebas yang dipakai dalam model jadi 100% variasi variabel terikat.³⁵

³⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonom*, 161.

³⁵ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, 66.