

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Metode yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2018:35) “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian ini dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan langkah langkah tertentu yang bersifat logis”. pada penelitian ini digunakan metode kuantitatif.

Berdasarkan Sugiyono (2018:24) bahwa metodologi penelitian adalah “cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Lalu berdasarkan Sugiyono (2013:12) “penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas”. Penelitian verifikatif berdasarkan Sugiyono (2013:11) ialah “suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau hipotesis ditolak”.

Secara verikatif penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dengan perhitungan statistik sedangkan secara deskriptif bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai variabel persepsi penggunaan dan kualitas pelayanan elektronik sebagai variabel terikat dan variabel minat beli sebagai variabel bebasnya.

3.2. Waktu dan Tempat Penelitian

3.2.1. Waktu

Penelitian ini akan dilakukan selama 3 bulan mulai dari bulan Januari sampai dengan bulan maret 2019 dengan jadwal kegiatan yang telah di rencanakan yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian Tahun 2019											
		Januari – Juli											
1	Penulisan proposal	■	■	■	■								
2	Perbaikan proposal					■	■						
3	Sidang proposal							■					
4	Pengurusan izin								■				
5	Observasi dan Pengumpulan data									■	■		
6	Analisis data										■	■	
7	Penulisan skripsi											■	■
8	Perbaikan skripsi												■
9	Sidang Skripsi												■

Sumber: Kajian Peneliti, 2019

3.2.2. Tempat Penelitian

Adapun lokasi penelitian dilakukan pada lingkungan Universitas Buana Perjuangan Karawang yang akan dilakukan pada bulan Januari sampai dengan bulan Maret 2019.

3.3. Desain Penelitian

Dalam penyusunan skripsi, diperlukan data yang sesuai dan lengkap. Dengan tujuan informasi dan data yang diperoleh sesuai dengan permasalahan yang ada, desain penelitian dijelaskan sebagai berikut:

1. Rancangan penelitian sesuai tujuan

Menurut tujuannya penelitian ini merupakan penelitian terapan. Penelitian terapan dilakukan dengan tujuan menerapkan, menguji dan mengevaluasi kemampuan suatu teori yang diterapkan dalam memecahkan masalah praktis. Desain penelitian ini ditunjukkan untuk melakukan kegiatan akademik yang terstruktur dan informatif sehingga dapat memudahkan kegiatan penelitian dalam penambahan data dan dengan sumber yang ada di lapangan.

2. Rancangan penelitian berdasarkan metode penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Creswell (2012) mengemukakan bahwa “pendekatan kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berdasarkan dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan mereka”.

Menurut Creswell (2012) “dalam pendekatan kuantitatif adalah pengukuran data bersifat *pre-determined*, analisis data statistik serta interpretasi data statistik. Peneliti yang menggunakan pendekatan kuantitatif akan menguji suatu teori dengan cara merinci suatu hipotesis-hipotesis tersebut. Pendekatan yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan analisis kuantitatif berdasarkan informasi statistik. Pendekatan penelitian yang dalam menjawab permasalahan penelitian memerlukan pengukuran yang cermat terhadap variabel-variabel dari objek yang diteliti untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terlepas dari konteks waktu, tempat dan situasi”.

Selain itu, penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2018:35) adalah “Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Bersumber pada pemaparan diatas, bisa disimpulkan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan suatu pendekatan didalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji data statistik yang akurat. Didasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh persepsi penggunaan dan kualitas pelayanan elektronik terhadap minat beli pada aplikasi Gojek.

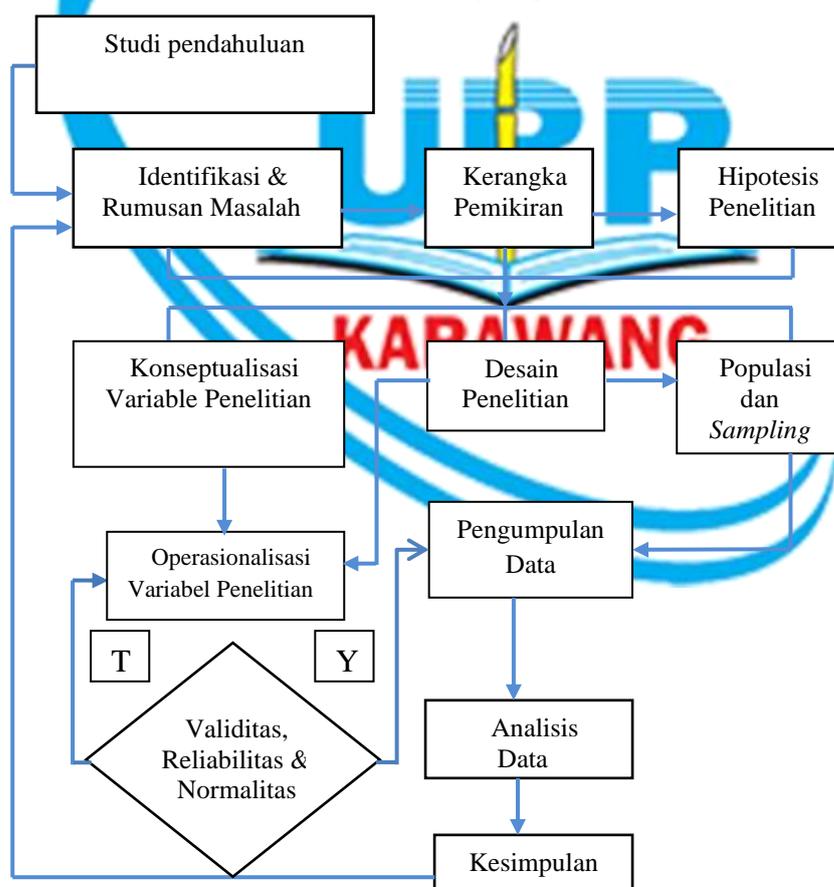
3. Rancangan penelitian berdasarkan tingkat eksplamasinya

Didasarkan pada tingkat eksplamasinya penelitian ini termasuk penelitian Asosiatif. Menurut Sugiyono (2018:92) “penelitian Asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dimana hubungan antara variabel dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran-ukuran statistika yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis”.

4. Berdasarkan jenis data dan model analisisnya

Didasarkan pada jenis datanya penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif. Dimana data kuantitatif dianalisis dengan mengutamakan analisis statistik.

Berikut ini adalah desain dalam penelitian yang akan menggambarkan alur atau tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian.



Gambar 3. 1
Desain Penelitian
Sumber: Uus M.D. Fadli, 2019

Gambar tersebut menjelaskan tahapan-tahapan dalam desain penelitian. Tahapan pertama adalah melakukan studi pendahuluan pada objek penelitian, yaitu di Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang dalam penggunaan aplikasi Gojek. Untuk mengumpulkan data dan melakukan observasi awal tentang kondisi para pelanggan yang kemudian dapat dijadikan latar belakang penelitian. Setelah itu melakukan identifikasi masalah, dimana identifikasi masalah tersebut sebagai dasar dalam membuat suatu kerangka pemikiran penelitian yang selanjutnya menentukan hipotesis penelitian.

Setelah tahapan sebelumnya sudah selesai, selanjutnya dibuatlah suatu desain penelitian sebagai kerangka untuk melakukan penelitian. Kemudian, penulis perlu melakukan konseptualisasi atas variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini dengan menggunakan beberapa literatur dan studi pustaka yang sesuai, untuk kemudian variabel-variabel tersebut dapat didefinisikan secara operasional.

Selanjutnya setelah desain penelitian dibuat, perlu ditentukan populasi dan kemudian menentukan sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian. Dari jumlah sampel yang telah diketahui dapat diperoleh data data dari para responden untuk kemudian dikumpulkan dan dianalisis melalui analisis jalur atau *Path Analysis*. Namun, sebelum dilakukan analisis terhadap data yang telah terkumpul dari para responden dilakukan uji validitas terlebih dahulu, bila valid maka data tersebut dapat dianalisis, sedangkan jika tidak valid bisa dipertimbangkan apakah akan tetap diikutkan dalam analisis atau kembali merujuk pada definisi variabel penelitian secara operasional.

Tahapan terakhir, setelah dilakukan analisis data maka penulis dapat menarik kesimpulan atas hasil analisis tersebut dan menginterpretasikannya.

3.4. Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.4.1. Definisi Variabel

Berdasarkan Kerlinger dalam buku Sugiyono (2018:95) “bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari”.

Menurut Kidder dalam buku Sugiyono (2018:96) “bahwa variabel adalah suatu kualitas (*qualities*) dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya”.

Menurut Creswell (2012) dalam buku Sugiyono (2018:96) “Variabel adalah karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau di observasi yang bisa bervariasi antara orang dan organisasi yang diteliti dan disimpulkan oleh Sugiyono (2018:96) bahwa variabel adalah suatu atribut atau sifat tau nilai dari orang, objek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Penelitian ini menggunakan tiga variabel, terdiri dari dua variabel bebas yaitu (X_1 dan X_2) dan satu variabel terikat yaitu (Y). Dalam hal ini variabel X_1 adalah persepsi penggunaan dan variabel X_2 adalah kualitas pelayanan elektronik merupakan dua variabel yang mempengaruhi Variabel Y yaitu minat beli konsumen.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel, yaitu variabel dependen (variabel terikat) dan variabel independen (variabel bebas).

a. Variabel Independen (Variabel bebas)

Sugiyono (2018:96) mendefinisikan “Variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat)”. Pada penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel Independen (variabel bebas) adalah:

- X_1 (Persepsi Penggunaan)

Menurut Pranidana (2011) mengemukakan bahwa “kemudahan penggunaan akan mengurangi upaya (baik waktu dan energi) individu dalam studi tentang teknologi informasi”.

- X_2 (Kualitas Pelayanan Elektronik)

Menurut Sheng & Liu (2010) mengemukakan bahwa “kualitas pelayanan elektronik termasuk pada penyediaan informasi dan dukungan sistem, transportasi bagi pelayanan dan pertukaran informasi”.

b. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Berdasarkan Sugiyono (2018:96) “variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

- Y (Minat Beli Konsumen)

Berdasarkan Kotler & Keller (2012:137) “minat adalah perilaku pelanggan yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian atau pemesanan”.

3.4.2. Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel merupakan konsep-konsep yang berupa kerangka dan kemudian diubah menjadi kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati, dapat diuji kebenarannya oleh orang lain. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 2
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
Persepsi Penggunaan (<i>Perceived Usefulness</i>) (X1) Sumber: Davis & Venkatesh dalam Yudianto Oentario, 2017	Berguna (<i>Usefull</i>)	1. Berguna pada kondisi tertentu	Ordinal	1, 2, 3
		2. Berguna pada jasa pengantaran		4, 5, 6
	Bermanfaat (<i>Benefical</i>)	1. Aplikasi sebagai media penghubung		7
		2. Dengan menggunakan aplikasi menjadikan lebih mudah		8
		3. Dengan menggunakan aplikasi menjadi lebih terbantu		9
	Efektivitas (<i>Effectiveness</i>)	1. Efisiensi waktu		10
		2. Efisiensi gerak		11
		3. Efektifitas komunikasi		12
	Produktivitas (<i>Productivity</i>)	1. Praktis dalam menggunakan		13
		2. Meningkatkan produktifitas		14
		3. Jasa pelayanan yang beragam		15

Tabel Lanjutan 3.2.
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Kualitas Pelayanan Elektronik (<i>e-service Quality</i>) (X2) Sumber: Bresolles & Durrieu (2011)	Kualitas & Kuantitas Informasi	1. Keterbaharuan (<i>update</i>) aplikasi	Ordinal	1
		2. Kejelasan dalam penerimaan informasi aplikasi		2, 3, 4
	<i>Ease of Use</i>	1. Kemudahan pada navigasi		5, 6
		2. Kemudahan dalam transaksional		7, 8
	Elemen Desain Estetika	1. Estetika tampilan pada aplikasi		9, 10
		2. Memahami tampilan pada aplikasi		11
	<i>Realiability</i>	1. Kinerja aplikasi		12
		2. Ketersediaan aplikasi		13, 14
		3. Reputasi		15
	Minat Beli (Purchase Intention) (Y) Sumber: Ferdinand (2013)	Transaksional		1. Kondisional
2. Promosi			2	
3. Efisiensi yang dirasakan			3	
4. Kecintaan produk			4	
Referensial		1. Pengalaman dan rekomendasi	5, 6	
		2. Media iklan	7	
Preferensial		1. Kesiapan aplikasi	8, 9	
		2. Kualitas aplikasi	10	
Eksploratif		1. Pencarian informasi	11, 12	
		2. Mempelajari detail penggunaan	13, 14, 15	

3.5. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data/Informasi

3.5.1. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai hal yang akan diteliti. Berdasarkan sumbernya, data memiliki 2 jenis yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang langsung berkaitan dengan objek peneliti. Data tersebut dapat dikumpulkan dengan angket, kuesioner, wawancara, observasi, atau dokumentasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung seperti melalui literatur atau buku-buku yang memiliki hubungan dengan

penelitian, yang mendukung data primer, yang melengkapi data primer.

3.5.2. Teknik Penentuan Informasi / Data

Sugiyono (2018:223) pengumpulan data berdasarkan tekniknya yaitu:

a. Metode Interview/Wawancara

Metode Interview/Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

b. Metode Kuesioner

Metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan 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. Bagian dari kuesioner yaitu:

Bagian I : Mengenai data responden yaitu nama, jenis kelamin, dan alamat

Bagian II : Mengenai daftar pertanyaan yang akan diisi oleh responden

c. Media Observasi

Menurut Creswell (2012) mengemukakan bahwa “observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat melakukan penelitian. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar”.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala likert. Berdasarkan Sugiyono (2018:168) “Skala likert digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat seseorang atau sekelompok

orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut dapat dijadikan tolak ukur menyusun item-item instrumen dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif yang dapat berupa kata-kata”.

Berikut ini adalah tabel skala likert yang diberikan peneliti pada penelitian ini yang di adaptasi dari Sugiyono.

Tabel 3. 3
Skala Likert

Persepsi Pengguna	Kualitas Pelayanan Elektronik	Minat Beli Konsumen	Bobot Skor
Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	3
“Setuju	Setuju	Setuju	4
Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	5

Sumber: Adaptasi dari Sugiyono (2018:168)

3.6. Teknik Penentuan Data

3.6.1. Populasi, Sampel, dan Teknik *Sampling*

3.6.1.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018:148) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Pada penelitian ini populasinya menggunakan populasi terbatas karena berhubungan dengan jasa pelayanan dan secara spesifik populasinya adalah mahasiswa dan yang tertera pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. 4
Jumlah Populasi Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang
Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial

Tahun Angkatan	Program Studi				Total Angkatan
	Manajemen	Akuntansi	Psikologi	Hukum	
2015	120	100	86	69	375
2016	200	130	100	90	520
2017	400	170	130	100	800
2018	500	190	190	180	1060
Total Prodi	1220	590	506	439	2755

Sumber: Tata Usaha Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial UBP Karawang

3.6.1.2. Sampel

Berdasarkan Sugiyono (2018:149) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

3.6.1.3. Teknik *Sampling*

Berdasarkan Sugiyono (2018:150) “teknik *Sampling* adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *Sampling* yang digunakan”.

3.6.2. Sampel Penelitian

Untuk penentuan sampel penelitian, peneliti mengambil sampel kepada mahasiswa atau mahasiswi aktif yang terdaftar pada tata usaha Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Buana Perjuangan Karawang untuk dapat dijadikan sebagai responden.

Penentuan jumlah sampel yang *representative* berdasarkan Hair *et al* (2010) “Bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator dalam pertanyaan yang digunakan pada kuesioner”. Apabila dirumuskan secara sederhana maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Sampel} &= \text{Jumlah skala Likert} \times \text{Jumlah indikator} \\
 &= 5 \times 30 \\
 &= 150
 \end{aligned}$$

Maka untuk responden minimum yang dibutuhkan untuk penelitian adalah 150 responden.

Berdasarkan Sugiyono (2018) “Teknik *Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan jumlah sampel yang representatif, maka teknik *Sampling* atau perhitungan berapa jumlah sampel, maka akan menggunakan *probability Sampling*, *probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

Berdasarkan Sugiyono (2018) “Teknik *Sampling* adalah merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian”. Untuk mendapatkan jumlah sampel yang representatif, maka teknik *Sampling* atau perhitungan berapa jumlah sampel yang tepat ialah menggunakan *simple random Sampling*, menurut Sugiyono (2018) dikatakan “*simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu”.

3.7. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.7.1. Rancangan Analisis

Menurut Sugiyono (2018:402) “analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain”.

3.7.1.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2018) “Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Analisis deskriptif menggunakan skala ordinal dan rentang skala untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan persepsi

penggunaan dan kualitas pelayanan elektronik dan minat penggunaan konsumen mahasiswa Universitas Buana Perjuangan pada aplikasi transportasi *online* Gojek.

a. Analisis Rentang Skala

Analisis rentang skala dilakukan untuk menentukan skala prioritas dari setiap variabel yang diukur, selanjutnya dihitung skala dari ekor yang diukur dengan menggunakan analisis rentang skala (ARS) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang skala} = \frac{n(m - 1)}{M}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

m = Jumlah opsional jawaban (skor = 5)

Rentang terendah = skor terendah x jumlah sampel

Rentang tertinggi = skor tertinggi x jumlah sampel

1) Skala penilaian tipe kriteria

Jumlah sampel sebanyak 150 orang. Instrumen menggunakan skala *likert* pada skala terendah 1 dan skala tertinggi 5.

2) Perhitungan skala

$$\begin{aligned} \text{Skala terendah} &= \text{Skor terendah} \times \text{jumlah sampel (n)} \\ &= 1 \times 150 \\ &= 150 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Skala tertinggi} &= \text{Skor tertinggi} \times \text{jumlah sampel (n)} \\ &= 5 \times 150 \\ &= 750 \end{aligned}$$

Sehingga dapat penelitian ini rentang skalanya adalah:

$$RS = \frac{n(m - 1)}{M}$$

$$RS = \frac{150(5 - 1)}{5}$$

$$RS = 120$$

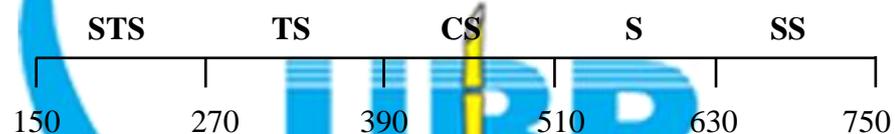
Hasil perhitungan tersebut diatas dapat digambarkan tabel berikut ini:

Tabel 3. 5
Analisis Rentang Skala

Skala skor	Rentang skala	Respon		
		Persepsi Penggunaan	Kualitas Pelayanan Elektronik	Minat Beli Konsumen
1	150 – 270	Sangat Kurang	Sangat Kurang	Sangat Kurang
2	270,1 – 390	Kurang	Kurang	Kurang
3	390,1 – 510	Cukup	Cukup	Cukup
4	510,1 – 630	Baik	Baik	Baik
5	630,1 – 750	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2018)

Menurut hasil perhitungan diatas, maka dapat dinilai rentang skala yang selanjutnya dapat dipakai untuk memprediksi Persepsi Penggunaan dan Kualitas Pelayanan Elektronik pada Minat Beli pada aplikasi transportasi *online* Gojek. Rentang skala diatas dapat digambarkan melalui *Bar Scale*:



Gambar 3. 2
Bar Scale

Sumber: Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (2018)

3.7.1.2. Analisis Modus

Berdasarkan perhitungan hasil rentang skala dan distribusi frekuensi maka dilakukan analisis modus yaitu nilai yang sering muncul dari hasil kriteria penilaian setiap indikator dan dimensi.

3.7.1.3. Analisis Verifikatif

Pada penelitian ini analisis verifikatif bertujuan untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh atau besarnya dampak Persepsi Penggunaan dan Kualitas Pelayanan Elektronik terhadap Minat Beli aplikasi transportasi *online* Gojek pada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. Dengan menggunakan metode ini maka bisa mengetahui berapa besarnya dampak variabel *independent* mempengaruhi terhadap variabel *dependent*.

Adapun analisis verifikatif terdiri dari analisis korelasi dan path analisis. Sebelum menganalisis korelasi sebaiknya menganalisis transformasi data dengan menggunakan metode MSI dan bantuan *software* SPSS.

3.7.1.4. Analisis Korelasi

Analisis korelasi yang dimaksud ialah untuk menguji kedekatan hubungan Persepsi Penggunaan dan Kualitas Pelayanan Elektronik pada Minat Beli aplikasi transportasi *online* Gojek pada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik statistik korelasi sederhana dan korelasi berganda dalam menguji hipotesis. Rumus dari korelasi berganda yaitu:

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

Keterangan:

rx_y = Korelasi xy

n = Jumlah sampel

X = Skor per item

Y = Total skor

Sumber: Riduan (2010:136)

Dengan tujuan memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel 3.6 dibawah ini:

Tabel 3. 6

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2018:287)

3.7.1.5. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

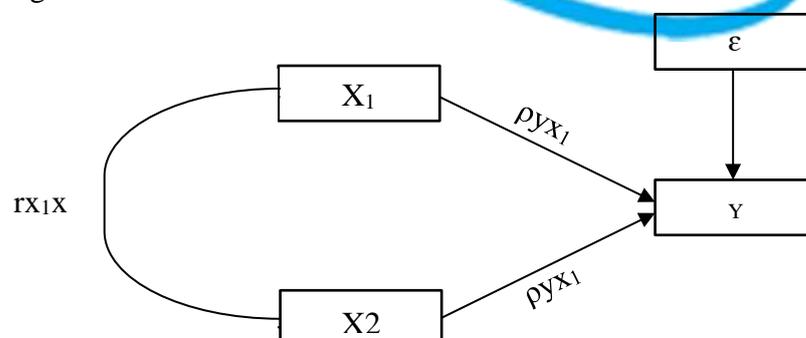
Menurut Sani dan Maharani (2013:74) “Analisis jalur (*Path Analysis*) digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen)”. Didukung dengan penggunaan *software* SPSS. Model *path analysis* yang dibicarakan adalah pola hubungan sebab akibat. Adapun langkah-langkah menguji analisis jalur adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis
 2. Merumuskan persamaan struktural
- $$Y = \rho_{yx_1}X_1 + \rho_{yx_2}X_2 + \varepsilon$$
3. Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi
 4. Menggambarkan diagram jalur lengkap, menentukan sub-sub strukturnya dan merumuskan persamaan strukturalnya yang sesuai dengan hipotesis yang diajukan
 5. Menghitung koefisien regresi untuk struktur yang telah dirumuskan dengan menggunakan persamaan regresi berganda
 6. Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan), melalui pengujian secara keseluruhan hipotesis statistik yang dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : \rho_{yx_1} = \rho_{yx_2} = 0$$

$$H_a : \rho_{yx_1} = \rho_{yx_2} \neq 0$$

Adapun rancangan analisis untuk penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.3 berikut:



Gambar 3. 3
Path Analysis

Persamaan analisis jalur, sebagai berikut:

$$Y = \rho_{yx_1}X_1 + \rho_{yx_2}X_2 + \rho_{yz} + \varepsilon$$

Keterangan:

X_1 = Persepsi penggunaan

X_2 = Kualitas pelayanan elektronik

Y = Minat beli konsumen

ε = Variabel lain yang tidak diukur, tetapi mempengaruhi Y

$r_{X_1X_2}$ = Korelasi X_1 dan X_2

ρ_{yx_1} = Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung X_1 terhadap Y

ρ_{yx_2} = Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung X_2 terhadap Y

ρ_{yz} = Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung Y terhadap Z

3.7.2. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila hasil uji $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, berarti variabel bebas cukup signifikan untuk menjelaskan variabel dependen.

Untuk menguji koefisien korelasi *product moment* dapat digunakan statistik uji t yang rumusnya sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-r^2}}{\sqrt{n-r^2}}$$

Sumber: Husein Umar (2014)

Dengan $dk = n - 2$

Untuk mengetahui apakah H_0 ditolak atau diterima yaitu dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} , kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka, dengan kata lain H_a diterima.
- H_0 ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka, dengan kata lain H_a diterima.

b. Uji f (Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Apabila hasil $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ berarti variabel cukup signifikan untuk menjelaskan variabel dependen.

Untuk menentukan apakah H_0 diterima atau ditolaknya yaitu dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh nyata.
- Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya ada pengaruh nyata.

Dalam hal ini berlaku ketentuan sebagai berikut:

- Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya ada hubungan atau pengaruh nyata.
- Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada hubungan atau pengaruh nyata.

3.7.2.1. Uji Instrumen

a. Transformasi Data

Transformasi data berasal dari kata transform, merubah bentuk data dari bentuk asli ke dalam bentuk lain tanpa merubah data asli. Pada pendekatan analisis jalur sering digunakan tipe data skala Likert. Tipe data tersebut merefleksikan perubahan yang sebelumnya berasal dari suatu konsep yang sudah diubah bentuknya sehingga dapat diukur. Analisis jalur membutuhkan perhitungan matematis didalamnya. Oleh karena itu skala pengukuran data yang dibutuhkan minimal berskala interval agar digunakan untuk analisis lebih lanjut. Metode transformasi data umumnya menggunakan sistem uji MSI (*Method of Successive Interval*).

Dalam analisis secara statistik, terutama pada statistik yang bergantung pada distribusi tertentu dan menetapkan adanya syarat-syarat tertentu tentang parameter populasi seperti pengujian hipotesis dan penaksiran parameter (statistik parametrik), diperlukan persyaratan bahwa skala pengukuran sekurang-kurangnya interval. Sedangkan bila

dari data yang memberikan skala pengukuran skala likert, maka harus dinaikkan ke dalam skala interval dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*).

Berikut adalah langkah-langkah kerja MSI (*Method of Successive Interval*):

- 1) Perhatikan tiap butir pertanyaan.
- 2) Untuk butir tersebut, tentukan berapa banyak sampel yang menjawab skor 1,2,3,4 dan 5 yang disebut dengan frekuensi.
- 3) Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut dengan proporsi.
- 4) Tentukan proporsi kumulatif.
- 5) Dengan menggunakan tabel distribusi normal baku, hitung nilai z tabel untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
- 6) Tentukan nilai desita untuk setiap nilai z yang diperoleh dari tabel.
- 7) Tentukan nilai skala dengan menggunakan

$$\text{Nilai Skala} = \frac{(\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit})}{(\text{Area below upper limit} - \text{Area below lower limit})}$$

Tentukan nilai transformasi (Y) dengan menggunakan rumus:

$$Y = NS + K$$

$$K = 1 [\text{NS min}]$$

Pengolah data dibantu dengan *software* SPSS

b. Uji Validitas

Bersumber dari Husein Umar (2014) “uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan”.

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

Sumber: Husein Umar (2014)

Keterangan:

r = Nilai korelasi

n = Jumlah responden

X = Skor nilai pertanyaan

Y = Jumlah skor pertanyaan tiap responden

c. Uji Reliabilitas

Berdasarkan Husein Umar (2014) “uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama”.

Untuk menguji reliabilitas menggunakan butir instrumen dengan rumus *Cronbach's Alpa*. Menurut Husen Umar (2014:170) menyatakan bahwa “uji reliabilitas untuk alternatif jawaban yang lebih dari dua menggunakan uji *cronbach's alpha*”.

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right]$$

Sumber: Husein Umar (2014)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan

S_t^2 = Deviasi standar total

$\sum S_b^2$ = Jumlah deviasi standar butir

d. Uji Normalitas

Menurut Husen Umar (2014:181) menjelaskan bahwa Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak.

Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Pelaksanaan pengujiannya normalitas data, peneliti dengan bantuan alat program SPSS versi 20.0 for windows. Yaitu dengan

Kolmogorov-Smirnov. Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:

1) Perumusan hipotesis masing-masing variabel:

H_0 : Data berdistribusi normal

H_a : Data tidak berdistribusi normal

2) Memasukan data dan menganalisis hasil output program SPSS versi 20.0 for windows.

3) Kriteria pengambilan pengujian dua yaitu:

Dengan melihat angka probabilitas, dengan ketentuan.

a) Probabilitas $> 0,05$ maka H_0 ditolak (Tidak Normal)

b) Probabilitas $< 0,05$ maka H_a diterima.(Normal).

