

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

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. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian kali ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, yaitu sebuah metode penelitian yang bertujuan menggambarkan fenomena atau gejala sosial secara kuantitatif atau menganalisis bagaimana fenomena atau gejala sosial yang terjadi di masyarakat saling berhubungan satu sama lain.

Metode kuantitatif yang biasanya menggunakan logika deduktif berupaya mencari keteraturan dalam kehidupan manusia, dengan memisahkan dunia social menjadi komponen-komponen empiris yang disebut variabel. Variabel tersebut dapat direpresentasikan secara numeric sebagai frekuensi atau tingkat. Hubungan antar variabel tersebut juga dapat dieksplorasi dengan teknik statistic, dan diakses melalui penelitian yang memperkenalkan rangsangan dan pengukuran sistematis. Metode ini mendasarkan penelitian pada penyelidikan jumlah atau frekuensi suatu kejadian atau fenomena. Umumnya penelitian kuantitatif lebih menekankan pada keluasan

informasi (bukan kedalaman) sehingga metode ini cocok digunakan populasi yang luas dengan variabel terbatas.⁶⁵

Penelitian ini menggunakan metode penelitian statistik deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Diantaranya yaitu analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi serta uji hipotesis dengan menggunakan uji t (parsial) dan uji f (simultan). Metode statistik deskriptif ini digunakan untuk mendeskripsikan setiap variabel yaitu persepsi keamanan, kemudahan dan kemanfaatan terhadap preferensi penggunaan e-money ShopeePay pada generasi Z dan Milenial di Kecamatan Jamanis. Adapun metode analisis regresi linier berganda untuk memprediksi keberpengaruhannya antara persepsi keamanan, kemudahan dan kemanfaatan dengan preferensi penggunaan e-money. Sedangkan metode koefisien korelasi dan determinasi yaitu untuk mengetahui keeratan serta presentase keberpengaruhannya persepsi keamanan, kemudahan dan kemanfaatan dengan preferensi penggunaan e-money.

B. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁶ Variabel dalam penelitian ini adalah:

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung Alfabeta, 2014), hlm.24

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), him. 38.

1. Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbul variabel terikat (dependen variable).⁶⁷

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah persepsi keamanan (X_1) persepsi kemudahan (X_2) dan persepsi kemanfaatan (X_3)

a. Persepsi Keamanan (X_1)

Persepsi keamanan didefinisikan sebagai keyakinan konsumen bahwa informasi pribadinya tidak dapat dilihat oleh pihak lain selain dirinya, karena informasinya disimpan dan tidak dapat dimanipulasi oleh pihak lain. Sehingga mereka memiliki kepercayaan untuk menggunakan teknologi yang memiliki tingkat keamanan yang terjamin.⁶⁸

Tabel 3. 1
Operasional Variabel persepsi keamanan (X_1) persepsi kemudahan (X_2) dan persepsi kemanfaatan (X_3)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Persepsi Keamanan (X_1)	Tidak khawatir memberikan informasi	tidak merasa khawatir ketika memberikan informasi pribadi kepada e-money ShopeePay	Likert

⁶⁷ Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017), hlm.39

⁶⁸ Sumadi, Abdul Haris Romdhoni, Fatakhurrohman, Analisis Faktor Kepercayaan, Manfaat Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Boyolali), *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vo. 8, No. 02 Tahun 2022, hlm. 2197

	Kepercayaan bahwa informasi dilindungi	yakin pada kemampuan e-money ShopeePay untuk melindungi informasi pribadi penggunanya	Likert
	Kepercayaan bahwa uang yang ada di dalam alat elektronik terjamin pada saat transaksi	memilih bertransaksi pada e-money ShopeePay dikarenakan ShopeePay memberikan jaminan keamanan pada saldo.	Likert

b. Persepsi Kemudahan (X₂)

Jogiyanto yang mengemukakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.⁶⁹

Tabel 3. 2
Operasional Variabel persepsi keamanan (X₁) persepsi kemudahan (X₂) dan persepsi kemanfaatan (X₃)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Persepsi Kemudahan (X ₂)	Easyness adalah kemudahan sebuah sistem untuk digunakan	E-Money ShopeePay mudah untuk digunakan dibandingkan dengan e-money yang lain.	Likert

⁶⁹ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm. 115

	Clear and Understandable adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem memiliki kejelasan.	E-Money ShopeePay mempunyai fitur yang mudah dipahami	Likert
	Easy to Learn adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem mudah untuk dipelajari dan diadopsi oleh seorang individu.	E-Money ShopeePay mempunyai fitur yang mudah untuk di pelajari.	Likert
	Overall easiness adalah tingkatan kemudahan secara keseluruhan yang dimiliki oleh sebuah sistem.	Sangat mudah untuk terampil menggunakan e-money ShopeePay dikarenakan secara keseluruhan fitur ShopeePay mudah untuk digunakana	Likert

c. Persepsi Kemanfaatan (X₃)

Davis menyatakan bahwa persepsi manfaat adalah suatu keadaan dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem teknologi informasi dapat meningkatkan prestasi kerja atau tujuan yang menguntungkan.

Tabel 3.3
Operasional Variabel persepsi keamanan (X1) persepsi kemudahan (X2) dan
persepsi kemanfaatan (X3)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Persepsi Kemanfaatan (X ₃)	Work More Quickly (Mempercepat Pekerjaan)	E-Money ShopeePay bermanfaat bagi penggunaannya dikarenakan penggunaan e-money ShopeePay dapat menghemat waktu dan mempermudah pekerjaan.	Likert
	Improve Job Perfomence (Meningkatkan Kinerja)	Dengan menggunakan ShopeePay maka akan bermanfaat bagi penggunaannya dalam meningkatkan kinerjanya sehingga pekerjaan jadi lebih mudah terselsaikan.	Likert
	Increase Productivity (Meningkatkan Produktifitas)	Dengan menggunakan suatu sistem transaksi e-money ShopeePay produktifitas seseorang akan meningkat dan dapat menjadikan waktu lebih bermutu dan berkualitas.	Likert
	Effectiveness (Efektivitas)	Sistem teknologi yang terdapat pada e-money shopeePay memberikan sebuah kemudahan bagi	Likert

		yang menggunakannya untuk mencapai tujuan yang ingin mereka capai.	
	Make a Job Easier (Mempermudaj Pekerjaan)	Para pengguna ShopeePay yang ingin bertransaksi dapat dengan mudah dilakukan karena e-money ShopeePay menyediakan fasilitas yang mumpuni dan sudah bekerjasama merchant-merchant lainnya.	Likert
	Useful (Bermanfaat)	Suatu sistem teknologi e-money ShopeePay memberikan banyak kegunaan atau manfaat bagi para penggunanya dalam memenuhi kebutuhannya	Likert

2. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

a. Preferensi Konsumen

Variabel devenden sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat,

karena adanya variabel bebas.⁷⁰ Adapun variabel devenden dalam penelitian ini yaitu preferensi konsumen.

Tabel 3. 4
Operasional Variabel Preferensi Penggunaan (Y)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Preferensi Konsumen (Y)	Kelengkapan (Completeness), Kelengkapan berarti bahwa setiap individu selalu dapat memutuskan keadaan mana yang lebih disukai di antara dua keadaan.	Mempertimbangkan untuk selalu menggunakan layanan e-money ShopeePay dibanding e-money lainnya	Likert
	Transitivitas (Transitivity), Transitivitas adalah konsistensi seseorang dalam memutuskan dan menentukan pilihan ketika dihadapkan pada beberapa alternatif pilihan produk.	Minat untuk memilih bertransaksi pada e-money ShopeePay tidak akan tergantikan.	Likert
	Kesinambungan (Continuity), Konsistensi adalah kondisi dimana konsumen mengatakan bahwa produk A lebih baik dari produk B, maka situasi apa	Minat untuk memilih bertransaksi pada e-money ShopeePay dikarenakan e-money ShooePay selalu mengguguli e-money Lainnya.	Likert

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 61

	pun yang mendekati produk A maka akan lebih disukai daripada produk B.		
--	--	--	--

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik atau kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷¹ Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z dan Y dikecamatan jamanis yang menggunakan e-money ShopeePay.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.⁷² Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2017) Hlm, 119. 121

⁷² Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 74

tersebut.⁷³ Adapun secara sederhana sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti oleh peneliti.⁷⁴

Adapun teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah non-probabilty sampling dengan teknik purposive sampling menurut Sugiyono bahwa purposive sampling adalah yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁷⁵ Metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, karakteristik responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Respoden belum dan sudah pernah menggunakan e-money ShopeePay
2. Responden merupakan generasi Z dan Milenial, rentang usia antara 10 sampai 40 tahun dan berdomisili di kecamatan Jamanis.

Sedangkan penentuan ukuran sampel pada penelitian mengacu pada teknik lemeshow dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui (infinite population) secara pasti. Rumusnya adalah sebagai berikut:⁷⁶

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

⁷³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 81

⁷⁴ Suharsimi Arikuntum, *Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (edisi revisi cetakan II)*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 117

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif)* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 78

⁷⁶ Stanley Lemeshow et. al., *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997), hlm. 2

$z = \text{Skor } Z \text{ pada tingkat kepercayaan } 95\% = 1,96$

$P = \text{Maksimal Estimasi } 50\% = 0,5$

$d = \text{Sampling error} = 10\%$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁷⁷ Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁷⁸ Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 224

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 219

melalui pos, atau internet.⁷⁹ Dalam hal ini, peneliti menyampaikan kuesioner kepada responden dengan menggunakan google form (online) yang kemudian diisi oleh responden. Responden dalam penelitian ini adalah generasi Z dan Milenial dikecamatan jamanis yang pernah menggunakan Shopeepay.

2. Wawancara

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.⁸⁰ Wawancara awal dilakukan kepada Siti Sumyati dan Ira Farihah selaku pengguna e-money Shopeepay berusia 22 tahun yang berdomisili di Kecamatan Jamanis.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁸¹ Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuisisioner atau angket yang berisi pertanyaan- pertanyaan dengan menggunakan skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini

⁷⁹ *Ibid*, hlm. 142

⁸⁰ *Ibid*, hlm. 137

⁸¹ *Ibid*, hlm. 137

telah diterapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian.⁸²

Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.⁸³ Alat ukur ini digunakan dalam lima alternatif jawaban dalam setiap jawaban diberi pon 1-5 sebagai berikut:

Tabel 3.5
Daftar Skor Positif Jawaban Skala Likert Berdasarkan Sifatnya

Variabel	Alternatif Jawaban	Skor
Persepsi Keamanan, Kemudahan dan Kemanfaatan	Sangat Setuju (SS)	5
	Setuju (S)	4
	Kurang Setuju (KS)	3
	Tidak Setuju (TS)	2
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Preferensi Konsumen	Sangat Setuju (SS)	5
	Setuju (S)	4
	Kurang Setuju (KS)	3
	Tidak Setuju (TS)	2
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

⁸² *Ibid*, hlm. 94

⁸³ *Ibid*, hlm. 152

Tabel 3.6
Daftar Skor Negatif Jawaban Skala Likert Berdasarkan Sifatnya

Variabel	Alternatif Jawaban	Skor
Persepsi Keamanan, Kemudahan dan Kemanfaatan	Sangat Setuju (SS)	5
	Setuju (S)	4
	Kurang Setuju (KS)	3
	Tidak Setuju (TS)	2
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Preferensi Konsumen	Sangat Setuju (SS)	5
	Setuju (S)	4
	Kurang Setuju (KS)	3
	Tidak Setuju (TS)	2
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.⁸⁴ Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini yaitu pearson correlation merupakan korelasi antar skor item dengan skor total item yang dapat digunakan untuk menguji validitas instrumen. Nilai pada kolom pearson correlation merupakan nilai r hitung yang akan dibandingkan dengan r tabel untuk mengetahui validitas pada setiap butir instrumen.

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 203.

Data ini diolah menggunakan aplikasi SPSS 25 dengan kriteria pengujian uji validitas adalah dengan membandingkan r hitung (Pearson Correlation) dan r tabel, ketentuan untuk pengambilan keputusan validitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila r hitung $>$ r tabel maka item kuesioner dikatakan valid.
2. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka item kuesioner dikatakan tidak valid

Uji validitas ini dilakukan kepada 100 responden untuk menentukan apakah item pertanyaan yang digunakan layak atau tidak dengan menggunakan taraf signifikan 5%.

Hasil dari uji validitas yang dilakukan kepada 100 responden dengan taraf signifikan 5% menurut tabel product moment memiliki indeks korelasi 0,197 setelah dilakukan uji validitas instrument dengan menggunakan bantuan SPSS 25.

Instrumen variabel persepsi keamanan terdiri dari 5 pertanyaan, setelah dilakukan analisis melalui SPSS versi 25 diperoleh hasil dari 5 item tersebut dinyatakan valid karena nilai r_{hitung} pada masing masing pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.7
Hasil Perhitungan Uji Validitas Persepsi Keamanan (X₁)

No	Koefisien Validitas r_{hitung}	r_{tabel} Product Moment	Kriteria
1	0,723	0,197	Valid
2	0,895	0,197	Valid
3	0,879	0,197	Valid
4	0,900	0,197	Valid
5	0,797	0,917	Valid

Sumber : *Output SPSS 25*

Kemudian instrumen variabel persepsi kemudahan terdiri dari 5 pertanyaan, setelah dilakukan analisis melalui SPSS versi 25 diperoleh hasil dari 5 item tersebut dinyatakan valid karena nilai r_{hitung} pada masing masing pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.8
Hasil Perhitungan Uji Validitas Persepsi Kemudahan (X₂)

No	Koefisien Validitas r_{hitung}	r_{tabel} Product Moment	Kriteria
1	0,726	0,197	Valid
2	0,873	0,197	Valid
3	0,851	0,197	Valid
4	0,858	0,197	Valid
5	0,766	0,197	Valid

Sumber : *Output SPSS 25*

Kemudian instrumen variabel persepsi kemanfaatan terdiri dari 5 pertanyaan, setelah dilakukan analisis melalui SPSS versi 25 diperoleh hasil dari 5 item tersebut dinyatakan valid karena nilai r_{hitung} pada masing masing pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.9
Hasil Perhitungan Uji Validitas Persepsi Kemanfaatan (X₃)

No	Koefisien Validitas r_{hitung}	r_{tabel} Product Moment	Kriteria
1	0,765	0,197	Valid
2	0,863	0,197	Valid
3	0,798	0,197	Valid
4	0,851	0,197	Valid
5	0,768	0,197	Valid

Sumber : *Output SPSS 25*

Kemudian instrumen variabel preferensi konsumen terdiri dari 5 pertanyaan, setelah dilakukan analisis melalui SPSS versi 25 diperoleh hasil dari 5 item tersebut dinyatakan valid karena nilai r_{hitung} pada masing masing pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.10
Hasil Perhitungan Uji Validitas Preferensi Konsumen (Y)

No	Koefisien Validitas r_{hitung}	r_{tabel} Product Moment	Kriteria
1	0,613	0,197	Valid
2	0,912	0,197	Valid
3	0,905	0,197	Valid
4	0,928	0,197	Valid
5	0,895	0,197	Valid

Sumber : *Output SPSS 25*

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen menunjukkan kemampuan alat ukur untuk menghasilkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya.⁸⁵ Reliabilitas bisa diartikan sebagai kepercayaan, keterandalan, atau konsistensi. Hasil suatu pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap suatu objek atau subjek yang diperoleh hasil yang relatif sama, artinya mempunyai konsistensi pengukuran yang baik. Sebaliknya, apabila diperoleh suatu hasil yang berbeda-beda dengan subjek yang sama, maka dikatakan inkonsisten. Dapat disimpulkan bahwa suatu alat ukur yang reliabel adalah alat ukur yang mempunyai tingkat reliabilitas tinggi. Secara

⁸⁵ Suliyanto, *Metode Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2018), hlm. 254

empiris, tinggi rendahnya reliabilitas ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas.⁸⁶ Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach's alpha $> 0,6$ maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Jika nilai Cronbach's alpha $< 0,6$ maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Tabel 3.11
Hasil Uji Reabilitas Instrumen Variabel Persepsi Keamanan (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.892	5

Sumber: *Output SPSS 25*

Maka dapat disimpulkan untuk variabel persepsi keamanan (X_1) nilai Cronbach Alpha yaitu 0,892. Berdasarkan kriteria uji reliabilitas jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ maka instrument variabel persepsi keamanan dengan 5 item pertanyaan adalah reliabel.

⁸⁶ Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, (Depok Raja Grafindo Persada, 2017), hlm.397

Tabel 3.12
Hasil Uji Reabilitas Instrumen Variabel Persepsi Kemudahan (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.874	5

Sumber: *Output SPSS 25*

Maka dapat disimpulkan untuk variabel persepsi kemudahan (X₂) nilai Cronbach Alpha yaitu 0,874. Berdasarkan kriteria uji reliabilitas jika nilai Cronbach Alpha > 0,60 maka instrument variabel persepsi kemudahan dengan 5 item pertanyaan adalah reliabel.

Tabel 3.13
Hasil Uji Reabilitas Instrumen Variabel Persepsi Kemanfaatan (X₃)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.868	5

Sumber: *Output SPSS 25*

Maka dapat disimpulkan untuk variabel persepsi kemanfaatan (X₃) nilai Cronbach Alpha yaitu 0,868. Berdasarkan kriteria uji reliabilitas jika nilai

Cronbach Alpha > 0,60 maka instrument variabel persepsi kemanfaatan dengan 5 item pertanyaan adalah reliabel.i

Tabel 3.14
Hasil Uji Reabilitas Instrumen Variabel Preferensi Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.900	5

Sumber: *Output SPSS 25*

F. Uji Prasyarat Analisis

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji persyaratan tentang kelayakan data untuk di analisis dengan menggunakan statistik parametrik atau nonparametik. Melalui uji ini sebuah data hasil penelitian dapat diketahui bentuk distribusi data tersebut, yaitu berdistribusi normal atau tidak normal.⁸⁷ Dalam penelitian ini uji normalitas dihitung dengan menggunakan alat bantu yaitu SPSS melalui Kolmogrov Smirnov. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal

⁸⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 203

b. Uji Linearitas

Uji yang dilakukan ini untuk melihat spesifikasi model yang digunakan benar atau tidak. Melalui uji ini akan diperoleh informasi model empiris sebaiknya linier, kuadran atau kubik. Untuk melakukan uji ini harus membuat asumsi atau keyakinan bahwa fungsi yang benar adalah fungsi linier. Tujuan dari uji linieritas untuk mengetahui dua variabel yang mempunyai hubungan linier atau tidak secara signifikan.⁸⁸Aturan untuk keputusan linieritas adalah membandingkan nilai signifikansi deviasi linier yang diperoleh melalui uji linieritas (menggunakan SPSS) dengan nilai alpha yang digunakan. Jika nilai signifikansi deviasi dari linier $>$ alpha (0,05), maka nilai tersebut dikatakan linier.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolineartias

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan

⁸⁸ *Ibid*,

dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.⁸⁹

b. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan yang mana model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.⁹⁰ Untuk menguji heterokedastisitas peneliti menggunakan uji koefisien korelasi Spearman's Rho. Yang mana metode ini mengkorelasikan variabel independen dengan nilai Unstandardized Residual. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Bila korelasi di antara variabel independen dengan residual didapat signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan tak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.⁹¹

G. 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 dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁹²

⁸⁹ *Ibid*, 185

⁹⁰ Romic Priyastama, *Buku Sakti Kuasai SPSS*, (Yogyakarta: Start Up, 2017), hlm. 125

⁹¹ *Ibid*, hlm. 129

⁹² *Ibid*.

Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik kuantitatif deskriptif, yaitu 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.

1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.⁹³ Analisis statistik deskriptif masing-masing variabel dalam penelitian ini meliputi mean, modus, median, rentang skor, standar deviasi dan distribusi frekuensi.⁹⁴

2. Analisis Pengujian Hipotesis

a. Penentuan Hopotesis

1) Hipotesis 1

H_{01} : Persepsi Keamanan (X_1) tidak berpengaruh secara positif terhadap Preferensi Penggunaan (Y) pada e-money ShopeePay

H_{a1} : Persepsi Keamanan (X_1) berpengaruh secara positif terhadap Preferensi Penggunaan (Y) pada e-money ShopeePay.

2) Hipotesis 2

⁹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kebijakan*, (Bandung Alfabeta, 2017), hlm 140

⁹⁴ Yusuf Wibisono, *Metode Statistik*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2015), hlm. 167-168

H₀₂ : Persepsi Kemudahan (X₂) tidak berpengaruh secara positif terhadap Preferensi Penggunaan (Y) pada e-money ShopeePay

H_{a2} : Persepsi Kemudahan (X₂) berpengaruh secara positif terhadap Preferensi Penggunaan (Y) pada e-money ShopeePay.

3) Hipotesis 3

H₀₃: Persepsi Kemanfaatan (X₃) tidak berpengaruh secara positif terhadap Preferensi Penggunaan (Y) pada e-money ShopeePay.

H_{a3} : Persepsi Kemanfaatan (X₃) berpengaruh secara positif terhadap Preferensi Penggunaan (Y) pada e-money ShopeePay.

4) Hipotesis 4

H₀₄ : Persepsi Keamanan (X₁), Persepsi Kemudahan (X₂), Persepsi Kemanfaatan (X₃) tidak berpengaruh secara positif terhadap Preferensi Penggunaan (Y) pada e-money ShopeePay.

H_{a4}: Persepsi Keamanan (X₁), Persepsi Kemudahan (X₂), Persepsi Kemanfaatan (X₃) berpengaruh secara positif terhadap Preferensi Penggunaan (Y) pada e-money ShopeePayShopeePay.

b. Uji Hipotesis 1-3

1) Analisis Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana digunakan untuk mencari hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data berbentuk interval atau ratio.⁹⁵ Korelasi sederhana ini menunjukkan hubungan masing-masing antara variabel Persepsi Keamanan (X) terhadap Preferensi Penggunaan E-Money (Y), Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Preferensi Penggunaan E-Money (Y), dan Persepsi Kemanfaatan (X3) terhadap Preferensi Penggunaan E-Money (Y).

Untuk mengetahui uji koefisien korelasi tinggi, sedang, rendah. Maka perlu diinterpretasikan terlebih dahulu mengenai nilai koefisien korelasi sederhana dan nilai koefisien korelasi ganda. Interpretasi tersebut adalah sebagai berikut:⁹⁶

Tabel 3.15
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

⁹⁵ Riduwan, *Pengantar Statistika Sosial*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 217

⁹⁶ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 231

2) Analisis Regresi Sederhana

Pada umumnya, analisis regresi sederhana terdiri atas dua variabel. Satu variabel yang berupa variabel terikat dan variabel kedua yang berupa variabel bebas. Regresi sederhana ini menyatakan hubungan kausalitas antara dua variabel dan memperkirakan nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas.⁹⁷

3) Koefisien Determinasi (r^2)

Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan korelasi (r^2) Koefisien ini disebut koefisien penentu, karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen.⁹⁸

Koefisien determinasi mengukur tingkat ketepatan atau kecocokan regresi linier sederhana yang menyatakan proporsi atau presentase sumbangan variabel X terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y.

4) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Uji hipotesis yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan bantuan program SPSS. Tara signifikannya

⁹⁷ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 131

⁹⁸ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung:Alfabeta, 2015), hlm. 231

yaitu sebesar 5%, Dasar pengambilan keputusan dalam uji berdasarkan nilai signifikansi:⁹⁹

Ho.: tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

Ha : ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

Kriteria:

Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka Ho diterima

Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka Ho ditolak

c. Uji Hipotesis 4

1) Analisis Korelasi Berganda

Korelasi berganda merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel independen secara bersama-sama atau lebih dari satu variabel dependen.¹⁰⁰ Korelasi berganda ini menunjukkan hubungan secara simultan antara variabel Persepsi Keamanan (X_1), Kemudahan (X_2) dan Kemanfaatan (X_3) terhadap Preferensi Konsumen (Y)

2) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang dilakukan terhadap satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas.¹⁰¹

⁹⁹ V. Wiratna Sujarweni, “*Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*”, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), hlm. 141

¹⁰⁰ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 231.

¹⁰¹ Fridayana Yudiatmaja, *Analisis regresi dengan menggunakan aplikasi komputer statistik SPSS*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm. 15

Untuk menguji regresi berganda bersamaan dilakukan asumsi klasik karena variabel independennya lebih dari satu maka perlu diuji keindepedenan hasil uji regresi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya dengan menggunakan aplikasi SPSS.

3) Korelasi Determinasi

Dalam hubungannya dengan korelasi, maka r^2 merupakan kuadrat dari koefisiem korelasi yang berkaitan dengan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Secara umum dikatakan bahwa merupakan kuadrat korelasi antara variabel yang digunakan sebagai predictor (X) dan variabel yang memberikan respons (Y). Dengan menggunakan bahasa sederhana r^2 merupakan koefisien korelasi yang dikuadratkan.

Dalam analisis regresi berganda, koefisien determinasi mengukur proporsi atau persentase sumbangan variabel X terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y secara bersamaan.¹⁰²

4) Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variable independen secara bersama-sama mempengaruhi variable dependen. Uji hipotesis yang digunakan

¹⁰² Degibson Siagian Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 259-260

oleh penulis dengan bantuan program SPSS. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F adalah : ¹⁰³

Ho: tidak memenuhi kelayakan

Ha: memenuhi kelayakan

Kriteria:

Jika F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima

Jika F hitung < F tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak

H. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada tahun akademik 2022/2023 yaitu antara bulan Oktober sampai dengan Mei 2023 dengan alokasi waktu sebagai berikut:

Tabel 3.16
Alokasi Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2022-2023							
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1	Penyusunan Usulan Penelitian								

¹⁰³ V. Wiratna Sujarweni, "Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi", (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), hlm. 141

2	SK Pembimbing								
3	Pengumpulan Literature								
4	Seminar Usulan Penelitian								
5	Pelaksanaan: a. Pengumpulan Data b. Pengolahan data								
6	Penyusunan Laporan								
7	Sidang Skripsi								

2. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian adalah objek untuk diadakannya suatu penelitian.

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini tempat yang dijadikan penelitian Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat.