

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, yang dimaksud dengan metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶⁵ Adapun rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan rumusan masalah asosiatif. Rumusan masalah asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁶⁶

Selain itu, dalam penelitian ini hubungan antar variabel yang digunakan adalah hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat.⁶⁷ Metode yang digunakan adalah metode penelitian SEM-PLS dengan menggunakan Software Smart PLS 3.0. Oleh karenanya, penulis akan mengelola data secara statistik dan disajikan secara sistematis. Sehingga hasil penelitian ini akan lebih mudah

⁶⁵ Sugiyono.

⁶⁶ Sugiyono.

⁶⁷ J. F Hair, G. T. M. Hult, and C. M. Ringle, *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne: SAGE, 2017).

disimpulkan dan dideskripsikan bagaimana hasil dari pengelolaan data tersebut.

B. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbetuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian akan ditarik kesimpulan.⁶⁸

1. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen pada penelitian ini yakni penggunaan pembayaran digital dalam membayar ZIS secara digital melalui *platform fintech*. Komposisi dari variabel dependen di penelitian ini yaitu penggunaan pembayaran digital dalam melakukan ZIS. Penelitian ini akan digunakan skala likert 1-5 karena untuk menghindari pilihan netral tiga pertanyaan variabel dependen pada Tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Variabel Dependen Penggunaan Pembayaran digital dalam Membayar ZIS (Y)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
	Kemantapan	Sebelum melakukan pembayaran ZIS secara digital, saya akan mencari informasi mengenai ZIS secara digital terlebih dahulu	<i>Likert</i>
	Kemantapan	Dengan adanya <i>platform fintech</i> yang menyediakan pembayaran ZIS secara digital, saya semakin yakin dan mantap untuk	<i>Likert</i>

⁶⁸

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

Penggunaan pembayaran digital(Y) ⁶⁹		membayar ZIS secara digital. Tindakan saya ini merupakan tindakan yang benar	
	Kemantapan	Dengan adanya <i>platform fintech</i> yang menyediakan pembayaran ZIS secara digital, maka saya akan percaya pada <i>platform</i> yang saya pilih nantinya ketika saya akan membayar ZIS secara digital	<i>Likert</i>
	Kenyamanan	Dengan membayar ZIS secara digital melalui <i>platform fintech</i> , saya meraskana <i>platform</i> tersebut aman untuk digunakan	<i>Likert</i>
	Kepuasan Pelanggan	Setelah saya pernah membayar ZIS secara digital untuk pertama kalinya atau kesekian kalinya, maka saya tertarik kembali untuk membayar ZIS secara digital melalui <i>platform fintech</i>	<i>Likert</i>

2. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini yakni persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap menggunakan dan minat menggunakan, serta tingkat kepercayaan. Atribut yang digunakan

⁶⁹ S Taylor and P Todd, "Decomposition and Crossover Effect in The Teory of Planned Behavior: A Study of Consumer Adoption Intentions," *International Journal of Research in Marketing*, 1995, 137–55, [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0167-8116\(94\)00019-K](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0167-8116(94)00019-K).

penelitian ini merupakan modifikasi pada penelitian sebelumnya Pengukuran variabel independen (persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap menggunakan dan minat menggunakan, serta tingkat kepercayaan), menggunakan skala likert.⁷⁰ Penelitian ini menggunakan skala likert 1-5 agar menghindari responden menjawab netral sebagaimana tercantum pada Tabel 3.2 yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Skor	Indikator
Skor 1	Sangat tidak setuju
Skor 2	Tidak setuju
Skor 3	Cukup setuju
Skor 4	Setuju
Skor 5	Sangat setuju

a. Persepsi kegunaan

Persepsi kegunaan (*useful*) adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja.⁷¹ Adapun operasional variabel dan juga pengukuran variabel ini penulis jabarkan dalam Tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Persepsi kegunaan (X1)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
	Bermanfaat bagi individu (<i>useful</i>)	Mengakses segala informasi yang saya inginkan terkait dengan ZIS secara digital melalui <i>pembayaran digital</i>	<i>Likert</i>

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*.

⁷¹ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

Persepsi kegunaan (X1) ⁷²	Meningkatkan efektivitas kegiatan individu (<i>enhance effectiveness</i>)	Ketika membayar ZIS secara digital melalui <i>platform fintech</i> , untuk menyelesaikan pembayarannya ternyata dapat dilakukan dengan cepat dan tidak terlalu repot	<i>Likert</i>
	Meningkatkan efektivitas kegiatan individu (<i>enhance effectiveness</i>)	Dengan layanan pembayaran ZIS secara digital saya dapat melakukan pembayaran ZIS dengan lebih efektif	<i>Likert</i>
	Bermanfaat bagi individu (<i>useful</i>)	Ketika saya merasakan kelancaran dalam proses pembayaran ZIS secara digital, maka saya akan melakukan pembayaran ZIS secara digital kembali di <i>platform fintech</i> tanpa adanya keraguan	<i>Likert</i>
	Bermanfaat bagi individu (<i>useful</i>)	Saya merasa membayar ZIS secara digital itu suatu <i>platform fintech</i> merupakan hal yang tepat	<i>Likert</i>

b. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) adalah penggunaan suatu sistem lebih diterima oleh pengguna apabila sistem tersebut mudah digunakan.⁷³ Selain itu, apabila sebuah sistem layanan teknologi dalam hal ini layanan pembayaran ZIS dapat dengan mudah digunakan oleh penggunanya, maka sistem layanan tersebut bermanfaat

⁷² Davis.

⁷³ Davis.

bagi muzaki karena menghemat waktu dan tenaga.⁷⁴ Adapun operasional variabel dan juga pengukuran variabel ini penulis jabarkan dalam Tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Operasional Variabel Persepsi kemudahan (X2)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Persepsi kemudahan (X2) ⁷⁵	Sistem mudah untuk digunakan (<i>easy to use</i>)	Ketika mempelajari beberapa karakteristik atau fitur yang ada di aplikasi ataupun layanan yang terkait ZIS secara digital, saya sangat merasakan persepsi kemudahandalam mempelajarinya	<i>Likert</i>
	Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan yang dikehendaki	Saya tidak merasa kesulitan membayar ZIS secara digital	<i>Likert</i>
	Tingkat kemudahan	Saya dapat memasang dan menjelajahi fitur di aplikasi ZIS secara digital dengan mudah dan cepat	<i>Likert</i>
	Tidak butuh banyak usaha dalam menggunakan sistem	Layanan pembayaran ZIS secara digital yang saya mudah untuk diakses melalui internet	<i>Likert</i>
	Mudah mengoperasikan sistem sesuai	Adanya karakteristik fitur yang ada pada layanan ZIS secara digital yaitu tersedia kalkulator sehingga dapat	<i>Likert</i>

⁷⁴ Billy Syah Putra Kardiono, "Analisis Perilaku Pengguna Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model Dan Perceived Enjoyment Di Surabaya," *Petra Business & Management Review Vol. 2, No. 2, 2016 Nasabahnya*. 2, no. 2 (2016): 35–49.

⁷⁵ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

	dengan yang dikehendaki	memudahkan menghitung ZIS yang akan dikeluarkan	saya	
--	----------------------------	---	------	--

c. Kepercayaan

Kepercayaan (*trust*) dalam transaksi online merupakan kesediaan konsumen untuk bergantung kepada pihak lain selama proses transaksi. Kepercayaan ini dibangun dengan harapan pihak lain dapat memberikan layanan serta produk yang dijanjikan. Dalam teori *online trust* hubungan antara konsumen dan perusahaan harus terjalin dengan baik agar timbul loyalitas pelanggan. Kepercayaan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi niat muzaki membayar ZIS.⁷⁶ Adapun operasional variabel dan juga pengukuran variabel ini penulis jabarkan dalam Tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Operasional Variabel Kepercayaan (X3)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
	Integritas	Saya membayar ZIS secara digital dikarenakan saya yakin dan percaya dengan <i>platform fintech</i> yang saya pilih dan gunakan	<i>Likert</i>
	<i>Technology Orientation</i>	Adanya karakteristik atau fitur di platform fintech yang saya pilih untuk membayar ZIS secara	<i>Likert</i>

⁷⁶ S. Martono et al., "The Relationship between Knowledge, Trust, Intention to Pay Zakah, and Zakah-Paying Behavior," *International Journal of Financial Research* 10, no. 2 (2019): 75–81, <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n2p75>.

Kepercayaan/ <i>trust</i> (Z3) ⁷⁷		digital tersedia dengan lengkap	
	Kompetensi	Adanya jaminan yang bagus pada layanan ZIS secara digital di <i>platform fintech</i> yang saya pilih	<i>Likert</i>
	Kompetensi	<i>Platform fintech</i> yang saya pilih untuk melakukan ZIS secara digital, dapat dilakukan dengan baik dari segi operasionalnya	<i>Likert</i>
	Integritas	Saya memilih suatu <i>platform fintech</i> untuk melakukan ZIS secara digital, saya percaya pihak (lembaga ZIS) akan menyalurkan dana ZIS dengan amanah dan baik	<i>Likert</i>

3. Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* adalah variabel yang berada di antara variabel independen (penyebab) dan variabel dependen (akibat). Variabel *intervening* memainkan peran penting dalam memengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel *intervening* sering digunakan untuk menjelaskan dan memahami hubungan antara dua variabel yang tidak secara langsung memengaruhi timbulnya atau berubahnya variabel dependen, membantu untuk menjelaskan dan memahami hubungan yang kompleks antara dua variabel. Hal ini untuk menentukan apakah hubungan tersebut merupakan

⁷⁷ A Mukherjee and P Nath, "A Model of Trust in Online Relationship Banking," *International Journal of Bank Marketing*, 2003, 5–15.

hubungan kausal atau hanya hubungan asosiasi.⁷⁸ Adapun yang termasuk variabel *intervening* pada penelitian ini sebagai berikut:

a. Sikap menggunakan

Sikap menggunakan merupakan faktor mendasar yang memengaruhi intensi. Sikap menggunakan merupakan perasaan positif atau negatif dapat timbul ketika seseorang menggunakan sebuah layanan teknologi terbaru.⁷⁹ Adapun operasional variabel dan juga pengukuran variabel ini penulis jabarkan dalam Tabel 3.6 sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Operasional Variabel Persepsi Sikap menggunakan (Z1)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Sikap menggunakan (Z1) ⁸⁰	Motivasi Intrinsik	Membayar ZIS secara non tunai merupakan ide yang bagus	<i>Likert</i>
	Dampak penggunaan (<i>affect toward use</i>)	Membayar ZIS secara non tunai sangat menyenangkan bagi saya	<i>Likert</i>
		Saya merasa nyaman membayar ZIS secara non tunai	<i>Likert</i>
		Saya menyukai menggunakan layanan ZIS secara digital karena lebih praktis	<i>Likert</i>

⁷⁸ Sumanto, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif: Untuk Penelitian Sosial, Ekonomi Bisnis, Psikologi, Pendidikan, Dan Keperawatan* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1995).

⁷⁹ Sukmawati, Wisandani, and Kurniaputri, "Penerimaan Dan Penggunaan Muzakki Dalam Membayar Zakat Non-Tunai Di Jawa Barat: Ekstensi Teori Technology of Acceptance Model."

⁸⁰ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

		Membayar ZIS secara digital adalah keputusan yang tepat	<i>Likert</i>
--	--	---	---------------

b. Minat menggunakan

Minat menggunakan adalah sebagai perasaan suka atau senang yang berasal dari ketertarikan untuk menunjukkan atensi dan tindakan terhadap orang, situasi atau aktivitas yang menjadi objek atas minat menggunakan tersebut.⁸¹ Aktivitas yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan akan tercermin pada minat menggunakan yang ada pada seseorang. Secara sadar seseorang memiliki suatu keinginan yang disebut sebagai minat menggunakan. Adapun operasional variabel dan juga pengukuran variabel ini penulis jabarkan dalam Tabel 3.7 sebagai berikut:

Tabel 3. 7 Operasional Variabel Persepsi Minat menggunakan (Z2)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Minat mengguna	Ketertarikan pengguna terhadap layanan	Saya berniat untuk merekomendasikan layanan pembayaran ZIS secara digital kepada teman dan keluarga	<i>Likert</i>
		Di masa depan saya berniat untuk sering menggunakan layanan pembayaran ZIS secara digital dalam membayar ZIS	<i>Likert</i>
		Saya berniat untuk menggunakan layanan pembayaran ZIS secara non tunai oleh lembaga ZIS lain	<i>Likert</i>

⁸¹ Abdul Rahman Shaleh and Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar : Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004).

kan (Z2) ⁸²	Keinginan pengguna untuk menggunakan layanan (loyalitas)	Saya akan terus menggunakan pembayaran ZIS secara digital karena lebih dapat dipercaya daripada membayar ZIS secara tunai	<i>Likert</i>
		Saya berniat untuk membayar ZIS secara non tunai melalui layanan pembayaran dalam waktu lama	<i>Likert</i>

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau benda, yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian.⁸³ Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Muslim tentunya beragama Islam, dan berada di wilayah Priangan Timur. Selain masyarakat Muslim yang beragama Islam dan berada di Priangan Timur, populasi penelitian ini juga mengkategorikan masyarakat Muslim yang memiliki pendapatan semisal mempunyai bisnis, pegawai negeri, pegawai swasta, dan mahasiswa yang ada di Priangan Timur. Kategori tersebut akan menjadi perkiraan bahwa mereka bisa memenuhi kebutuhan pribadi mereka sendiri serta dapat menyisihkan keuangannya untuk ZIS.

⁸² Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

⁸³ Suryani and Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015).

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Dengan demikian, sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti dan digeneralisasi terhadap populasi. Sampel sangat diperlukan, karena dalam kasus ini sangat tidak mungkin bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan menggunakan populasi sebagai sumber data.⁸⁴

Dalam penelitian ini karena populasi tidak diketahui secara pasti, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁸⁵ Selain itu, dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan masalah penelitian.⁸⁶ Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan pedoman penentuan

⁸⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta Bandung, Endang Mul, vol. 12 (CV Alfabeta, 2007).

⁸⁵ Sugiyono.

⁸⁶ Hendri Tanjung and Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, ed. Paskalina Oktavianawati (Bekasi: Gramata Publishing, 2018).

besaran ukuran sampel untuk *Structural Equation Modelling* (SEM) yang dikemukakan oleh Solimun, sebagai berikut:⁸⁷

- a. Jika pendapatan parameter menggunakan metode kemungkinan maksimum (*maximum likelihood estimation*) besar sampel yang disarankan adalah antara 100 – 200 dengan minimum sampel adalah 50.
- b. Sama dengan 5 – 10 kali jumlah indikator dari keseluruhan variabel.

Oleh karena itu, indikator pada penelitian ini sebanyak 40 item, sesuai dengan poin kedua maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 5 x 40 yaitu 200 sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁸⁸ Dalam penelitian ini peneliti akan menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada para muzaki pengguna pembayaran digital se-Priangan Timur dalam membayar ZIS secara digital, tujuannya untuk mengukur determinan penggunaan

⁸⁷ Dwita Soave Natio Marbun and Mariana Simanjutak, “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata Di Kabupaten Toba Indonesia,” *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Bisnis* Vol 1, no. 2020 (2021): 130–42.

⁸⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*.

pembayaran digital *pembayaran digital* dengan model *Technology Acceptance model* (TAM).

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁸⁹ Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*, skala *likert* adalah skala yang didasarkan pada sikap menggunakan responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap menggunakan, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial.⁹⁰

Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan yaitu berupa angket atau kuesioner yang disebarakan kepada pengguna *pembayaran digital* dalam membayar ZIS secara digital. Kuesioner disusun dalam bentuk angket dan disediakan lima opsi pilihan dengan teknik skala penilaian keseluruhan angket disusun dengan teknik *self report* yaitu dengan meminta responden untuk memberikan penilaian sesuai dengan tanggapan mereka.

Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan matriks pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrumen.

⁸⁹ Zulganef, *Metode Penelitian Bisnis Dan Manajemen* (Bandung: PT Rafika Aditama, 2018).

⁹⁰ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis: Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen* (Jakarta: Salemba Empat, 2017).

Tabel 3. 8 Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	No. Item
Persepsi Kegunaan (X1) ⁹¹	Bermanfaat bagi individu (<i>useful</i>)	1. Saya dapat mengakses segala informasi yang diinginkan terkait ZIS digital melalui <i>digital payment</i>	1,2,3
		2. Saya membayar ZIS digital dilakukan dengan cepat dan tidak terlalu repot	
		3. Saya akan melakukan pembayaran ZIS digital kembali di platform fintech tanpa adanya keraguan	
	Meningkatkan efektivitas kegiatan individu (<i>enhance effectiveness</i>)	4. Saya dapat melakukan pembayaran ZIS digital dengan lebih efektif	4
	Meningkatkan efektivitas kegiatan individu (<i>enhance effectiveness</i>)	5. Saya merasa membayar ZIS digital merupakan hal yang tepat	5
	Meningkatkan Kinerja (<i>Improve job performance</i>)	6. Pembayaran ZIS digital meningkatkan efektivitas layanan	6
	Sistem mudah untuk digunakan (<i>easy to use</i>)	1. Fitur dalam aplikasi yang saya gunakan dalam membayar ZSI digital mudah untuk dioperasikan	7,8

⁹¹ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

Persepsi kemudahan (X2) ⁹²		2. Pembayaran ZIS secara digital lebih mudah diakses dibandingkan menggunakan ATM	
	Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan yang dikehendaki	3. Saya tidak merasa kesulitan membayar ZIS digital	9
	Tingkat kemudahan	4. Saya dapat menginstal dan menjelajahi fitur di aplikasi ZIS digital dengan mudah dan cepat	10
	Tidak butuh banyak usaha dalam menggunakan sistem	5. Layanan pembayaran ZIS digital yang saya gunakan mudah diakses dan praktis	11
	Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan yang dikehendaki	6. Fitur dalam aplikasi yang saya gunakan sesuai dengan kebutuhan	12
	Menjadi Terampil (<i>Become Skillful</i>)	7. Saya menjadi terampil menggunakan pembayaran ZIS secara digital	13
Kepercayaan (X3) ⁹³	Integritas	1. Saya yakin dan percaya dengan platform fintech yang saya pilih dan gunakan	14
	<i>Technology Orientation</i>	2. Fitur di <i>platform</i> yang saya pilih untuk membayar ZIS digital tersedia dengan lengkap	15

⁹² Davis.

⁹³ Mukherjee and Nath, "A Model of Trust in Online Relationship Banking."

		3. Adanya jaminan yang bagus pada layanan ZIS online di <i>platform fintech</i> yang saya pilih	16
	Kompetensi	4. Platform <i>fintech</i> yang saya pilih untuk melakukan ZIS online, dapat dilakukan dengan baik dari segi operasionalnya	17
	Integritas	5. Saya memilih <i>platform fintech</i> untuk melakukan ZIS digital, karena percaya kepada pihak (lembaga zakat) akan menyalurkan dana ZIS dengan baik dan amanah	18
	Integritas (<i>integrity</i>)	6. Informasi pada aplikasi pembayaran digital ZIS terpercaya	19
	Kemampuan (<i>ability</i>)	7. Pembayaran digital ZIS selalu akurat dalam proses transaksi	20
	Motivasi Intrinsik	1. Membayar ZIS digital merupakan ide yang bagus	21
		2. Membayar ZIS digital sangat menyenangkan bagi saya	22,23,24,25,
		3. Pembayaran ZIS digital menguntungkan pengguna	
		4. Saya merasa nyaman	

Sikap menggunakan (Z1) ⁹⁴	Dampak penggunaan (<i>affect toward use</i>)	membayar ZIS digital	26,27
		5. Saya menyukai menggunakan layanan ZIS digital karena lebih praktis	
		6. Membayar ZIS menggunakan digital payment (non tunai) adalah keputusan yang tepat	
		7. Saya ingin selalu menggunakan pembayaran digital ZIS	
Minat menggunakan (Z2) ⁹⁵	Ketertarikan pengguna terhadap layanan	1. Saya berniat untuk merekomendasikan layanan pembayaran ZIS digital kepada teman dan keluarga	28,29,30,31
		2. Saya berniat untuk merekomendasikan pembayaran digital ZIS melalui media sosial	
		3. Saya berniat untuk sering menggunakan layanan pembayaran digital ZIS dimasa yang akan datang	
		4. Saya berniat untuk menggunakan	

⁹⁴ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

⁹⁵ Davis.

		layanan pembayaran digital ZIS tidak hanya dalam satu lembaga	
	Keinginan pengguna untuk menggunakan layanan (loyalitas)	5. Saya akan terus menggunakan pembayaran ZIS secara digital karena lebih dapat dipercaya daripada membayar ZIS secara tunai	32
		6. Saya berniat untuk membayar ZIS digital dalam waktu lama	33
Penggunaan pembayaran digital (Y) ⁹⁶	Kemantapan	1. Sebelum melakukan pembayaran ZIS digital, saya akan mencari informasi mengenai ZIS online terlebih dahulu	34,35,36
		2. Saya semakin yakin dan mantap untuk membayar ZIS digital	
		3. Saya percaya pada platform yang saya pilih dalam membayar ZIS digital	
	Kenyamanan	4. Saya merasa aman membayar ZIS dengan menggunakan <i>digital payment</i>	37
	Kepuasan Pelanggan	5. Saya tertarik kembali untuk membayar ZIS	38

		digital melalui <i>platform fintech</i>	
		6. Saya puas dengan kinerja pembayaran digital ZIS secara keseluruhan	39
	Frekuensi penggunaan	7. Saya sering membuka aplikasi pembayaran digital ZIS	40

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.⁹⁷ Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM)

Metode pengolahan data dalam penelitian ini adalah persamaan pemodelan *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM merupakan metode *statistik multivariate* yang dapat digunakan untuk menyelesaikan model hubungan (kausalitas) antara variabel secara menyeluruh (komprehensif), kompleks dan berbentuk sistem.⁹⁸

a) PLS (*Partial Least Square*)

PLS (*Partial Least Square*) merupakan metode analisis yang berkekuatan karena tidak didasarkan atas banyak asumsi

⁹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*.

⁹⁸ Syahrir et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: PT Penerbit OPB Press, 2020).

atau syarat, seperti uji normalitas dan multikolinearitas. Keunggulan dari metode PLS ini adalah data tidak harus berdistribusi normal *multivariate*, serta indikator dengan skala data kategori, ordinal, interval sampai rasio dapat digunakan. Keunggulan lainnya adalah ukuran sampel tidak harus besar.⁹⁹

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang disebut juga teknik *prediction-oriented*. Pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) secara khusus berguna untuk memprediksi variabel dependen dengan melibatkan banyak variabel independen.¹⁰⁰

b) Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau lazim pula dikenal dengan istilah *outer* model merupakan evaluasi pengujian hubungan antara variabel konstruk (indikator) dengan variabel laten-nya. Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan pendekatan uji validitas dan reliabilitas.¹⁰¹

1. Uji Reliabilitas Indikator

Uji reliabilitas indikator bertujuan untuk menilai apakah indikator pengukuran variabel laten reliabel atau

⁹⁹ Syahrir et al.

¹⁰⁰ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*.

¹⁰¹ Syahrir et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan*.

tidak, yakni dengan mengevaluasi atau melihat nilai *outer loading* tiap indikator. Nilai *outer loading* harus $> 0,7$ yang menunjukkan bahwa konstruk dapat menjelaskan lebih dari 50% varian indikatornya.

2. Uji *Internal Consistency Reliability*

Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa mampu indikator dapat mengukur konstruk latennya. Indikator penilaian *Internal Consistency Reliability* adalah nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha*. Nilai *composite reliability* 0,6-0,7 dianggap memiliki reliabilitas yang baik, dan *Cronbach's alpha* yang diharapkan adalah $> 0,7$.

3. Uji *Validitas Konvergen*

Uji validitas ini ditentukan berdasarkan dari prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. *Validitas konvergen* sebuah konstruk dengan indikator reflektif dievaluasi dengan *Average Variance Extracted (AVE)*, Nilai AVE seharusnya sama dengan 0,5 atau lebih.

4. Uji *Validitas Diskriminan*

Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah suatu indikator reflektif benar merupakan pengukuran yang

baik bagi konstruknya berdasarkan prinsip bahwa setiap indikator harus berkorelasi tinggi terhadap konstruknya. Pengukuran-pengukuran konstruk yang berbeda, maka seharusnya tidak berkorelasi tinggi.

Dalam aplikasi SmartPLS atau sejenisnya, uji validitas diskriminan dilakukan dengan menggunakan nilai *cross loading*, *Fornell-Larcker Criterion*, dan *Heterotrait-Monotrait (HTMT)*.

- a) Nilai *Cross Loading* masing-masing konstruk dievaluasi untuk memastikan bahwa korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada konstruk lainnya. Nilai *cross loading* yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,7.
- b) *Fornell-Larcker Criterion* merupakan metode lain untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan *Fornell-Larcker Criterion*, sebuah metode tradisional yang telah digunakan lebih dari 30 tahun, yang membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka model tersebut

dikatakan memiliki nilai validitas diskriminan yang baik.

c) Evaluasi *Model Struktural (Inner Model)*

Evaluasi model struktural atau lazim juga dikenal dengan inner model adalah mengevaluasi (mengecek) adanya kolinearitas antar konstruk dan kemampuan prediktif model. Guna mengukur kemampuan prediksi model, maka digunakan kriteria sebagai berikut:¹⁰²

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai koefisien determinasi (R^2) diharapkan antara 0 dan 1. Nilai $R^2 > 0,75$ (model kuat), $R^2 = 0,50$ (model moderat), $R^2 = 0,25$ (model lemah). Sedangkan menurut Chin (1998) memberikan kriteria nilai $R^2 > 0,67$ (model kuat), $R^2 = 0,33$ (model moderat), dan $R^2 < 0,19$ (model lemah).

2. *Effect Size* (f^2)

Effect Size (f^2) bertujuan untuk menilai apakah ada hubungan yang signifikan antar variabel. Seorang peneliti hendaknya juga menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan *effect size* (f-square). Nilai $> 0,02$ (kecil), f^2

¹⁰² Syahrir et al.

0,15 (sedang), dan $f^2 = 0,35$ (besar), serta nilai dianggap tidak ada efek $< 0,02$ dapat diabaikan.

3. *Path Coefficients* atau koefisien jalur

Path Coefficients atau koefisien jalur, bertujuan untuk melihat signifikan dan kekuatan hubungan, dan juga untuk menguji hipotesis. Nilai *path coefficients* berkisar antara -1 hingga +1. Semakin mendekati nilai +1, hubungan kedua konstruk semakin kuat. Hubungan yang makin mendekati -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif.

2. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang dibuat berdasarkan rumusan masalah penelitian yang sudah ditentukan oleh peneliti. Penulisan rumusan masalah dikemas dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan masih sementara karena dugaan tersebut dibuat berdasarkan kepada teori, sehingga dibutuhkan uji hipotesis.¹⁰³

Jadi, uji hipotesis adalah prosedur yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis statistika suatu populasi dengan menggunakan data dari sampel penelitian. Ada beberapa tahapan dalam melakukan uji hipotesis, sebagai berikut :

- a. Menentukan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1)

¹⁰³ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*.

- b. Tingkat signifikansi (α)=1- α , yang merupakan peluang terbesar untuk menolak atau menerima H_0
- c. Menentukan daerah penolakan H_0 dan statistic uji yang sesuai. Daerah penolakan adalah interval nilai dimana hitungan suatu uji statistik yang berada dalam interval akan ditolak hipotesis nol nya.
- d. Menghitung uji statistik dengan menggunakan parameter sampel, yang distribusi samplangnya dapat digolongkan pada kasus hipotesis nol dan hipotesis alternatif.
- e. Membuat kesimpulan apakah H_0 diterima atau ditolak
- f. Menginterpretasikan kesimpulan sesuai dengan masalah.

Uji hipotesis yaitu *cross check* antara hasil uji T dengan t-Tabel yang menghasilkan diterima atau tidaknya hipotesis pada setiap jalur hubungannya. Penelitian ini menggunakan variabel Z sebagai intervening sehingga menjadikan uji hipotesis terbagi menjadi dua penilaian yaitu:

- a. Hipotesis 1-7 (secara langsung/*direct*) yang berpatokan pada Tabel *path coefficient*

Jika t-Statistik > t-Tabel dan signifikan jika P *value* < 0.05 maka hipotesis diterima (H_0 diterima dan H_a ditolak). Sedangkan jika hasil nilai t-statistik < t-Tabel dan tidak signifikan jika P *value* > 0.05 maka hipotesis ditolak (H_0 ditolak H_a diterima).

