

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan serta kegunaan tertentu.⁸³ Metode penelitian juga merupakan serangkaian kegiatan dalam mencari kebenaran suatu studi penelitian, yang diawali dengan suatu pemikiran yang membentuk rumusan masalah sehingga menimbulkan hipotesis awal, dengan dibantu oleh penelitian terdahulu sehingga penelitian bisa diolah serta di analisis sehingga akhirnya dapat membentuk suatu kesimpulan.⁸⁴

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode korelasi dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, yang 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.⁸⁵ Peneliti menggunakan metode ini, karena untuk melihat pengaruh variabel X1 (Kepercayaan), X2 (Citra Merek), X3 (Persepsi Kegunaan) terhadap variabel Y (Preferensi Penggunaan E-wallet GoPay) pada Generasi Z Muslim di kota Tasikmalaya dengan cara

⁸³ Sugiyono, *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D”*, (Bandung: Alfabeta CV, 2013), hlm.2

⁸⁴ Syafrida Hafni Sahr, *“Metodologi Penelitian”*, (Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021), hlm.1

⁸⁵ Sugiyono, *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D”*, (Bandung: Alfabeta CV, 2013), hlm.8

mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner atau angket, mengolah data, menganalisis serta menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis. Dalam pengolahan data penulis menggunakan aplikasi IBM SPSS *statistic version 26*.

B. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu sifat, atribut atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya.⁸⁶ Variabel penelitian juga merupakan komponen yang telah ditentukan oleh seorang peneliti untuk diteliti agar mendapatkan jawaban yang sudah dirumuskan yaitu berupa kesimpulan penelitian.⁸⁷ Adapun dalam penelitian ini penulis mengambil variabel sebagai berikut:

1. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel independen atau disebut juga variabel stimulus, prediktor, *antecedent* atau variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat).⁸⁸ Adapun variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kepercayaan (X_1)

Keyakinan atau kepercayaan (*belief*) menurut menurut Philip Kotler dan Garry Armstrong merupakan pemikiran deskriptif yang dimiliki

⁸⁶ Ibid. hlm 38

⁸⁷ Syafrida Hafni Sahir, “*Metodologi Penelitian*” ...hlm.16

⁸⁸ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D*...hlm. 39

seseorang perihal sesuatu. Keyakinan atau kepercayaan tersebut dapat didasarkan pada pengetahuan nyata, pendapat atau iman serta bisa membawa muatan emosi ataupun tidak.⁸⁹

b. Citra Merek (X_2)

Citra merek merupakan nama, istilah, tanda, symbol, desain yang dipakai oleh suatu penjual atau perusahaan yang digunakan untuk membedakan produk yang dimilikinya dengan para pesaing.⁹⁰

c. Persepsi Kegunaan (X_3)

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) diartikan sebagai probabilitas subjektif calon pengguna atau pengguna bahwa menggunakan sistem aplikasi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya dalam konteks organisasi.⁹¹

2. Variabel Dependen (Variabel terikat)

Variabel dependen atau disebut juga sebagai variabel output, kriteria, konsekuen dan variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁹²

Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah preferensi penggunaan e-wallet GoPay pada generasi z muslim di kota Tasikmalaya. Preferensi adalah menunjukan pilihan diantara opsi netral

⁸⁹ Philip Kotler, Gary Armstrong (terj. Bob Sabran), *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. (Jakarta: Erlangga 2008). Hlm.176

⁹⁰ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), hlm.60

⁹¹ Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi, Paul R. Warshaw, *User Acceptance of Computer Technology A Comparison Of Two Theoretical Models*, *Management Science* Vol. 35, No. 8, Tahun 1989, hlm. 986

⁹² Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D...hlm. 39

atau lebih bernilai yang tersedia. Konsumen sebagai faktor penting dalam pasar, mempunyai preferensi pada saat mengambil keputusan. Preferensi konsumen hadir ketika konsumen membuat beberapa perbandingan, evaluasi serta penilaian antara berbagai pilihan yang ada, kemudian setelah itu membuat keputusan.⁹³

Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian maka diperlukan skala pengukuran. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Adapun operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Variabel Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kepercayaan (X ₁)	Keyakinan atau kepercayaan (<i>belief</i>) menurut Philip Kotler dan Garry Armstrong merupakan pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang perihal sesuatu. Keyakinan atau kepercayaan tersebut dapat	a. Kemampuan (<i>competency</i>) b. Integritas (<i>Integerity</i>) c. Kebaikan hati (<i>Benevolence</i>) d. Prediktabilitas (<i>Predictability</i>). ⁹⁵	Likert

⁹³Ira Ningrum Resmawa, *Studi Perbandingan Preferensi Konsumen (Studi Kasus: Our Bar dan Oldwood Bar)*, (Surabaya: LPPM STIE YAPAN, 2019), hlm. 7

⁹⁵ Viswanath Venkatesh, Fred D. Davis, *A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*, Management Science Vol. 46, No. 2, Tahun 2000, hlm 186-204

	didasarkan pada pengetahuan nyata, pendapat atau iman serta bisa membawa muatan emosi ataupun tidak. ⁹⁴		
Citra Merek (X ₂)	Citra merek merupakan nama, istilah, tanda, symbol, desain yang dipakai oleh suatu penjual atau perusahaan yang digunakan untuk membedakan produk yang dimilikinya dengan para pesaing. ⁹⁶	<i>a. Brand strength</i> <i>b. Brand favorable</i> <i>c. Brand uniqueness.</i> ⁹⁷	Likert
Persepsi Kegunaan (X ₃)	Persepsi kegunaan (<i>perceived usefulness</i>) diartikan sebagai probabilitas subjektif calon pengguna atau	a. <i>Improves job permormance</i> (meningkatkan kinerja pekerjaan)	Likert

⁹⁴ Philip Kotler, Gary Armstrong (terj. Bob Sabran), *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*...hlm.176

⁹⁶ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* hlm.60

⁹⁷ Syarifudin, *Citra Merek Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan "Kaian Terkait Pengaruh Pelayanan Hotel di Kabupaten Aceh Tengah"*, (Lhokseumawe: Unimal Press, 2019). Hlm.12

	pengguna bahwa menggunakan sistem aplikasi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya dalam konteks organisasi. ⁹⁸	b. <i>Increas productivity</i> (meningkatkan produktivitas) c. <i>Effectiveness</i> (efektivitas) d. <i>Useful</i> (kegunaan atau berguna). ⁹⁹	
Preferensi penggunaan e-wallet GoPay pada mahasiswa ekonomi syariah (Y)	Preferensi adalah menunjukan pilihan diantara opsi netral atau lebih bernilai yang tersedia. Konsumen sebagai faktor penting dalam pasar mempunyai preferensi pada saat mengambil keputusan. Preferensi konsumen hadir ketika konsumen membuat beberapa perbandingan,	a. Kelengkapan (<i>completeness</i>) b. Transivitas (<i>Transivity</i>) c. Kontinuitas (<i>continuity</i>). ¹⁰¹	Likert

⁹⁸ Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi, Paul R. Warshaw, *User Acceptance of Computer Technology A Comparison Of Two Theoretical Models*, Management Science Vol. 35, No. 8, Tahun 1989, hlm. 986

⁹⁹ Mirna Rafki, Idris Prakkasi & Sirajudin, Peran Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepercayaan Repeat Order Konsumen, *Journal of Islamic Economics and Finance Studia*, Vol. 3, No.2 Tahun 2022, hlm.125

¹⁰¹ Ivan Mun'im Varadian, *Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pada Penggunaan Gojek Sebagai Alat Transportasi (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)*, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol.6, No.2, Tahun 2018, hlm. 4-5

	evaluasi serta penilaian antara berbagai pilihan yang ada, kemudian setelah itu membuat keputusan.¹⁰⁰		
--	---	--	--

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulan.¹⁰² Populasi dalam penelitian ini adalah generasi z muslim di kota Tasikmalaya baik itu laki-laki atau perempuan, yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti, karena pada data kependudukan di kota Tasikmalaya, tidak disebutkan secara rinci jumlah penduduk yang termasuk kedalam generasi Z.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.¹⁰³ Dalam

¹⁰⁰Ira Ningrum Resmawa, Studi Perbandingan Preferensi Konsumen (Studi Kasus: Our Bar dan Oldwood Bar).... hlm. 7

¹⁰² Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D...*" hlm.80

¹⁰³ Ibid. hlm.81

penelitian ini teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Non probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.¹⁰⁴ Metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh penulis, Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden merupakan generasi z muslim di kota Tasikmalaya, rentang usia antara 13-28 tahun
2. Responden merupakan pengguna e-wallet GoPay atau pernah menggunakan GoPay
3. Memiliki e-wallet lain selain GoPay

Penentuan ukuran sampel pada penelitian ini dihitung berdasarkan rumus lameshow, karena jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Adapun penghitungan sampel adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

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

P = Maksimal Estimasi 50% = 0.5

¹⁰⁴ Ibid. hlm. 84-85

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

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0.5 (1 - 0.5)}{0.1^2}$$

$$n = 96$$

Diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Alasan menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi dalam penelitian ini cukup luas dan besar dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dimana teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung, dikirim melalui pos atau melalui internet.¹⁰⁵ Dalam penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner atau angket dalam bentuk google form yang nantinya diisi oleh responden.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data dari objek penelitian.¹⁰⁶ Instrumen yang digunakan

¹⁰⁵ Ibid. hlm.142

¹⁰⁶ Karimuddin Abdullah. dkk, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*”, (Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), hlm. 57

pada penelitian ini berupa kuesioner atau angket yang berisi pertanyaan atau pernyataan.

Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan matriks pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrumen sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Kisi Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item	No. Item
Kepercayaan (X ₁)	a. Kemampuan (<i>competency</i>)	GoPay menawarkan layanan berbagai transaksi sesuai dengan apa yang saya butuhkan dan harapkan, dibandingkan e-wallet lain,	1
		Saya merasa aman saat menggunakan GoPay dibanding e-wallet lain karena GoPay dapat dipercaya & menjamin keamanan pengguna ketika melakukan transaksi	2
	b. Integritas (<i>Integerity</i>)	Saya merasa GoPay selalu memberikan informasi yang jelas dan lengkap (Transaparan) mengenai setiap	3

		layanan serta transaksi yang dilakukan	
		Saya percaya GoPay selalu terbuka terhadap kritik serta saran atau masukan dari pengguna	4
	c. Kebaikan hati (<i>Benevolence</i>)	Saya merasa GoPay selalu berusaha memberikan layanan terbaik untuk kenyamanan pengguna.	5
		Saya merasa GoPay selalu tanggap membantu pengguna ketika mengalami permasalahan atas layanan transaksi.	6
	d. Prediktabilitas (<i>Predictability</i>)	Saya percaya GoPay memberikan jaminan keamanan terhadap setiap transaksi yang dilakukan.	7
		Saya merasa GoPay memberikan pengalaman layanan yang dapat diandalkan secara berkelanjutan karena GoPay	8

		konsisten dalam menjaga kualitas pelayanan.	
Citra Merek (X ₂)	<i>a. Brand strength</i>	Saya merasa GoPay adalah merek e-wallet yang mudah diingat	9
		Saya merasa layanan yang diberikan oleh GoPay selalu sesuai dengan informasi yang dipromosikan	10
	<i>b. Brand favorable</i>	Saya merasa fitur layanan GoPay yang tersedia berfungsi dengan sangat baik ketika saya bertransaksi.	11
		Saya merasa nyaman menggunakan GoPay karena aplikasi mudah digunakan serta layanannya dapat diakses dengan mudah kapan saja dan dimana saja	12
	<i>c. Brand uniqueness</i>	Fitur donasi sedekah serta pembayaran zakat yang disediakan oleh GoPay menjadi nilai tambah bagi	13

Persepsi Kegunaan (X ₃)		GoPay dibanding e-wallet lain.	
		Saya merasa gopay memiliki fitur-fitur unik yang tidak ditawarkan oleh dompet digital lain.	14
	a. <i>Improves job permormance</i> (meningkatkan kinerja pekerjaan)	Saya merasa dengan GoPay proses pembayaran dan transaksi keuangan menjadi lebih sederhana dan tidak memakan waktu	15
		Menggunakan GoPay dapat meningkatkan fleksibilitas dalam bekerja, karena dapat melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja.	16
	b. <i>Increas productivity</i> (meningkatkan produktivitas)	Dengan menggunakan GoPay saya merasa dapat menghemat waktu dalam melakukan berbagai jenis transaksi.	17

		Saya merasa menggunakan GoPay dapat meningkatkan produktivitas dalam mengelola keuangan dan transaksi sehari-hari.	18
	c. <i>Effectiveness</i> (efektivitas)	Saya merasa GoPay membantu menghemat waktu dalam melakukan pembayaran atau proses transaksi.	19
		Saya merasa proses transaksi e-wallet GoPay lebih efektif dan efisien	20
	d. <i>Useful</i> (kegunaan atau berguna)	Saya merasa fitur layanan yang disediakan GoPay berguna untuk mempermudah melakukan berbagai transaksi tanpa harus membawa uang tunai	21
		Saya merasa GoPay sangat berguna untuk transaksi baik secara offline maupun online.	22

Preferensi penggunaan e-wallet GoPay pada generasi z muslim kota Tasikmalaya	a. Kelengkapan (<i>completeness</i>)	Dibandingkan e-wallet lain, saya merasa fitur layanan e-wallet GoPay sangat lengkap baik untuk transaksi pembayaran, transfer atau transaksi lainnya.	23
		Gopay menawarkan fitur fitur yang inovatif dan tidak ada pada e-wallet lain.	24
	b. Transivitas (<i>Transivity</i>)	Saya lebih memilih GoPay jika tersedia sebagai opsi pembayaran dibandingkan e-wallet lain	25
		Saya selalu konsisten menggunakan GoPay dibanding e-wallet lain, karena gopay memiliki banyak manfaat serta kegunaan.	26
	c. Kontinuitas (<i>continuity</i>)	Saya cenderung akan memilih GoPay meskipun banyak e-wallet baru bermunculan.	27
		Meskipun terdapat kesamaan fitur layanan yang disediakan saya cenderung tetap	28

		menggunakan e-wallet GoPay dibandingkan e-wallet lain	
--	--	---	--

Skala yang digunakan dalam pengukuran data adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial, dimana fenomena sosial tersebut telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian.¹⁰⁷

Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen baik itu pertanyaan atau pernyataan.¹⁰⁸ Adapun pemberian alternatif skor diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Kriteria Pemberian Skor

Pernyataan	
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

¹⁰⁷ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D...hlm.93

¹⁰⁸ Ibid

1. Uji Validitas

Validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.¹⁰⁹

Validitas juga merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian.¹¹⁰ Cara untuk menentukan valid atau tidaknya setiap pertanyaan atau pernyataan dari kuesioner dapat dilihat dari nilai *person correlation* atau r hitung $> r$ tabel, sehingga pernyataan atau pertanyaan dapat dilanjutkan dalam penelitian. Ketentuan untuk pengambilan keputusan validitas adalah sebagai berikut:

- a) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item kuesioner dinyatakan valid.
- b) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

Uji validitas ini dilakukan kepada 36 responden terlebih dahulu untuk menentukan item pernyataan atau pertanyaan yang digunakan layak atau tidak. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% atau 0.05. Dengan jumlah responden 36 orang dan tingkat signifikan 0.05 maka r_{tabel} sebesar 0.320 untuk r_{hitung} dilihat dari tabel berikut ini:

¹⁰⁹ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D...hlm.267

¹¹⁰ Rifa'I Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021), hlm.129

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel X1

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X1.1	0.763	0.320	Valid
2	X1.2	0.888	0.320	Valid
3	X1.3	0.870	0.320	Valid
4	X1.4	0.736	0.320	Valid
5	X1.5	0.795	0.320	Valid
6	X1.6	0.830	0.320	Valid
7	X1.7	0.881	0.320	Valid
8	X1.8	0.857	0.320	Valid

Sumber: Data primer output SPSS 26, 2025

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel X2

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
9	X2.1	0.749	0.320	Valid
10	X2.2	0.736	0.320	Valid
11	X2.3	0.737	0.320	Valid
12	X2.4	0.702	0.320	Valid
13	X2.5	0.749	0.320	Valid
14	X2.6	0.702	0.320	Valid

Sumber: Data primer output SPSS 26, 2025

Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel X3

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
15	X3.1	0.936	0.320	Valid
16	X3.2	0.837	0.320	Valid
17	X3.3	0.859	0.320	Valid
18	X3.4	0.833	0.320	Valid
19	X3.5	0.814	0.320	Valid
20	X3.6	0.674	0.320	Valid
21	X3.7	0.893	0.320	Valid
22	X3.8	0.850	0.320	Valid

Sumber: Data primer output SPSS 26, 2025

Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel X3

No	Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Validitas
23	Y.1	0.786	0.320	Valid
24	Y.2	0.760	0.320	Valid
25	Y.3	0.880	0.320	Valid
26	Y.4	0.826	0.320	Valid
27	Y.5	0.901	0.320	Valid
28	Y.6	0.908	0.320	Valid

Sumber: Data primer output SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel–tabel di atas dapat diketahui bahwa semua nilai r_{hitung} untuk setiap item kuesioner dari variabel kepercayaan (X1), citra merek (X2), persepsi kegunaan (X3) dan preferensi penggunaan e–wallet (Y), menunjukkan bahwa r_{hitung} > r_{tabel} yaitu 0.320. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dari variabel kepercayaan (X1), citra merek (X2), persepsi kegunaan (X3), dan preferensi penggunaan e–wallet (Y) dinyatakan valid sehingga dapat digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada stabilitas alat ukur yang digunakan serta konsistensi dari waktu ke waktu. Merupakan kemampuan alat ukur untuk memberikan hasil yang sama apabila diterapkan pada waktu yang berbeda. Korelasi positif yang kuat antara hasil alat ukur merupakan indikasi reliabilitas.

Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai r mendekati angka 1. Apabila Cronbach's alpha > 0,90 maka reliabilitas sempurna, apabila cronbach alpha antara 70 – 90 maka reliabilitas tinggi. Jika cronbach's

alpha 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat, sedangkan apabila Cronbach's alpha $< 0,50$ maka reliabilitas rendah.¹¹¹ Menurut Sujarweni dalam buku Purwanto dasar pengambilan keputusan instrument dikatakan reliabel adalah sebagai berikut:¹¹²

- a) Apabila nilai Cronbach's alpha $> 0,60$ maka kuesioner dinyatakan reliabel.
- b) Apabila nilai Cronbach's alpha $< 0,60$ maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3

No	Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Ketetapan	Keterangan
1	Kepercayaan (X1)	0.934	0.60	Reliabel
2	Citra merek (X2)	0.821	0.60	Reliabel
3	Persepsi Kegunaan (X3)	0.937	0.60	Reliabel
4	Preferensi Penggunaan e-wallet (Y)	0.918	0.60	Reliabel

Sumber: Data primer output SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji reliabilitas dari setiap variabel menghasilkan nilai cronbach's alpha > 0.60 (lebih besar dari 0.60), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner pada variabel

¹¹¹ Agung widhi Kurniawan dan Zahra Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), hlm.97

¹¹² Purwanto, *Teknik Penyusunan Instrumen Uji validitas dan Reliabilitas untuk Penelitian Ekonomi Syariah* (Magelang: STAIA Press, 2018), hlm. 105

kepercayaan (X1), citra merek (X2), persepsi kegunaan (X3) dan preferensi penggunaan e-wallet (Y) dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan

F. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Asumsi Dasar

a) Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan uji persyaratan mengenai kelayakan data untuk dianalisis dengan menggunakan statistik parametrik atau nonparametrik. Melalui uji normalitas sebuah data hasil penelitian dapat diketahui terdistribusi normal atau tidak normal.¹¹³ Pada penelitian ini uji normalitas dibantu dengan menggunakan alat analisis yaitu SPSS 26 melalui Kolmogorov Smirnov. Apabila nilai signifikan lebih dari 0.05 maka data dinyatakan terdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikannya kurang dari 0.05 maka data dinyatakan tidak terdistribusi secara normal

b) Uji Linearitas

Uji linearitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Linearitas adalah kondisi dimana hubungan antara variabel dependen dan variabel independen bersifat linear dalam

¹¹³ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D*”, (Bandung: Alfabeta CV, 2015), hlm.203

range variabel independen tertentu.¹¹⁴ Kriteria pengambilan keputusan linearitas adalah jika nilai sig. *deviation from linearity* lebih dari 0.05 maka terdapat hubungan linear antara kedua variabel. Sedangkan apabila nilai sig. *deviation from linearity* kurang dari 0.05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah sebuah pengujian yang dilakukan pada regresi linier yang menggunakan lebih dari satu variabel bebas. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam regresi ini terdapat korelasi antar variabel independen. Untuk mengetahui adanya multikolinearitas adalah dengan memperhatikan angka Variance Inflation Factor (VIF) dan toleran. Apabila VIF lebih dari nilai 10.00 maka dikatakan terjadi multikolinearitas. Sedangkan apabila VIF kurang dari 10.00 maka dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.¹¹⁵

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana

¹¹⁴ Linda Rosalina, dkk, “*Buku Ajar Statistika*”, (Padang: CV. Muharika Rumah Ilmiah, 2023), hlm.68

¹¹⁵ Resista Vikaliana dkk, “*Ragam Penelitian Dengan SPSS*”, (Klaten: CV. Tahta Media Group, 2022), hlm.16

terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Dalam menentukan hipotesis yang diambil dalam uji heteroskedastisitas adalah, apabila nilai signifikan atau nilai probabilitas lebih dari 0.05 maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, dan hipotesis diterima. Sedangkan apabila nilai signifikan atau nilai probabilitas kurang dari 0.05 maka dikatakan terjadi gejala heteroskedastisitas dan hipotesis ditolak.¹¹⁶

G. Teknis Analisis Data

1. Analisis deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambar data yang telah terkumpul sebagaimana tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.¹¹⁷ Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, yang digunakan untuk menganalisis setiap variabel yaitu kepercayaan (X1), citra merek (X2), dan persepsi kegunaan (X3) serta preferensi penggunaan e-wallet Gopay (Y) pada generasi Z muslim di kota Tasikmalaya.

¹¹⁶ Ibid.hlm.23

¹¹⁷ Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. (Bandung: CV Alfabeta. 2013). hlm.147

2. Uji hipotesis

a. Uji Hipotesis Parsial

1.) Koefisien Korelasi sederhana

Koefisien korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel. Terdapat beberapa teknik statistik yang bisa digunakan untuk menganalisis hubungan, tergantung dari jenis data yang digunakan.¹¹⁸ Korelasi sederhana menunjukkan hubungan masing-masing antara variabel yaitu Kepercayaan (X_1) terhadap preferensi pengguna e-wallet GoPay pada generasi z muslim di kota Tasikmalaya (Y), Citra Merek (X_2) terhadap preferensi penggunaan e-wallet GoPay pada generasi z muslim (Y), serta Persepsi Kegunaan (X_3) terhadap preferensi penggunaan e-wallet GoPay pada generasi z muslim di kota Tasikmalaya.

Dalam menguji validitas instrumen penelitian digunakan korelasi produk moment yang diolah melalui IBM Statistik SPSS. Untuk bisa diinterpretasi terhadap kuatnya hubungan tersebut dapat digunakan pedoman sebagai berikut:¹¹⁹

- 1.) Nilai interval koefisien 0.00 – 0.199 sangat rendah
- 2.) Nilai interval koefisien 0.20 – 0.399 Rendah
- 3.) Nilai interval koefisien 0.40 – 0.599 Sedang

¹¹⁸ Syofian Siregar. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara. 2015. hlm 125

¹¹⁹ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*....hlm.184

- 4.) Nilai interval koefisien 0.60 – 0.799 kuat
- 5.) Nilai interval koefisien 0.80 – 0.999 Sangat kuat
- 6.) Nilai interval koefisien 1.00 sempurna

2.) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk permodelan hubungan antara satu variabel dependen dengan satu variabel independen. Analisis regresi linear sederhana dapat digunakan untuk mengetahui arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah memiliki hubungan positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan.¹²⁰ Adapun bentuk persamaan dari regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bx$$

Keterangan:

Y : Preferensi Penggunaan E-wallet GoPay

α : Konstanta

b : Koefisien regresi

X (1, 2, 3) : Kepercayaan, Citra Merek, Persepsi Kegunaan

¹²⁰ Resista Vikaliana dkk, “Ragam Penelitian Dengan SPSS” ...hlm. 36-37

3.) Koefisien Determinan (R^2)

Menurut Purwanto dan Sulistyastuti, R^2 pada prinsipnya mengukur seberapa besar kemampuan model menjelaskan variasi-variabel dependen. Jadi koefisien determinasi adalah mengukur besarnya presentasi pengaruh semua variabel independen dalam model regresi terhadap variabel dependennya.¹²¹ Nilai determinan R^2 berkisar antara 0 dan 1, apabila nilainya mendekati 1, maka model variabel bebas dapat memberikan semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel terikat.¹²²

4.) Uji Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Taraf signifikannya yaitu sebesar 5%. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikan. Apabila nilai signifikansi lebih dari 0.05 maka H_0 diterima, sedangkan apabila nilai signifikan kurang dari 0.05 maka H_0 ditolak.¹²³

¹²¹ Ibid.hlm 41

¹²² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016)

¹²³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), hlm. 141

b. Uji Hipotesis Berganda

1.) Koefisien Korelasi Berganda

Korelasi berganda adalah hubungan atau keeratan antara dua variabel, dimana variabel lainnya dianggap sebagai variabel kontrol atau pengendali. Nilai korelasi berkisar antara -1 sampai +1. Nilai yang mendekati -1 atau +1 menyatakan hubungan makin kuat, sedangkan yang mendekati nol dikatakan memiliki hubungan yang lemah.¹²⁴

2.) Analisis Regresi linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah alat untuk analisis peramalan dimana nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap suatu variabel terikat. Tujuan analisis ini adalah untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.¹²⁵ Persamaan linear yang digunakan dalam persamaan ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = preferensi penggunaan e-wallet GoPay pada generasi z muslim di kota tasikmalaya,

α = konstanta

β = koefisien regresi

X1 = Kepercayaan

X2 = Citra Merek

¹²⁴ Resista Vikaliana dkk, “Ragam Penelitian Dengan SPSS” ...hlm. 5

¹²⁵ Ridwan, Dasar Dasar Statistika,... (Bandung: Alfabeta. 2014). hlm 252

X_3 = persepsi kegunaan
 e = eror atau sisa (residual)

3.) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase sumbangan variabel independen (X) terhadap variasi atau naik turunnya variabel dependen (Y) secara bersamaan atau simultan.¹²⁶ Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikatnya, Apabila nilai koefisien determinasi semakin kecil (mendekati 0) berarti semakin kecil pengaruh semua variabel independent terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila koefisien determinasi semakin mendekati 1(satu) maka semakin kuat pengaruh semua variabel independent terhadap variabel dependen.¹²⁷

4.) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F adalah sebagai berikut:

H_0 = tidak memenuhi kelayakan

H_a = memenuhi kelayakan

¹²⁶ Dergibson Siagian, *Metode Statistika untuk Bisnis dalam Ekonomi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm 259

¹²⁷ Resista Vikalina, dkk, *Ragam Penelitian Dengan SPSS*, (Sukoharjo: Penerbit Tahta Media Group, 2022), hlm.41

Kriteria: Apabila F hitung lebih besar dari F tabel, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Kemudian apabila F hitung lebih kecil dari F tabel maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

H. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini, penulis melakukan penelitian yang berlokasi di kota Tasikmalaya dengan objek nya yaitu generasi z muslim kota Tasikmalaya.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tahun akademik 2024/2025, Adapun alokasi waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 9 Waktu Penelitian

[illegible]

