

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif, Menurut (Sari, 2018) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui variabel mandiri baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan dengan variabel lain.

#### **3.2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, Menurut (Sanusi, 2011) mendefinisikan bahwa data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data-data dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, Data Primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden sehingga hasil dari jawaban responden tersebut dapat diolah.

#### **3.3. Metode Pengumpulan Data**

Menurut (Kuntjojo, 2009) kegiatan pengumpulan data dilakukan dengan teknik tertentu dan menggunakan alat tertentu. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kuesioner. Kuesioner Adalah suatu pertanyaan terstruktur secara tertulis yang sudah dirumuskan, yang kemudian dijawab oleh responden. Penyebaran kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui pendapat yang menjadi keputusan konsumen generasi milenial untuk melakukan transaksi E-Payment. Dalam penulisan kuesioner, penulis menggunakan skala Dikotomi.

Dimana skala Dikotomi ini adalah skala yang hanya menampilkan dua pilihan YA dan TIDAK. Skor nilai yang diberikan untuk setiap jawaban pertanyaan yaitu:

Jawaban “YA”	memperoleh nilai 1
Jawaban “TIDAK”	memperoleh nilai 0

#### **3.4. Populasi Dan Sampel**

##### **3.4.1. Populasi**

Menurut (Sanusi, 2011) populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2018) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan E-Payment dikota Bandar Lampung.

### **3.4.2. Sampel**

Menurut Djarwanto (1994:43) sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti. Populasi dalam penelitian ini belum diketahui karena perusahaan tidak mempublikasikan data pengguna E-Payment. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling*. Menurut (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015) *Accidental Sampling* peneliti dapat memilih orang atau responden yang terdekat dengannya, atau yang pertamakali dijumpai. artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden).

Karena populasi ini tidak diketahui maka penulis melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus *Hair et al* dalam penelitian (Rinda Novitasari & Supriyanto, 2020) rumus *Hair et al* merupakan rumus dengan ukuran responden yang tergantung pada jumlah semua item pertanyaan dikalikan dengan 5-10. Pada penelitian ini terdapat 20 item pertanyaan. Dengan batas minimal responden untuk penelitian ini yaitu  $20 \times 5 = 100$  sedangkan batas maksimalnya yaitu  $20 \times 10 = 200$ . Dengan demikian, responden yang akan diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Karena Jumlah tersebut sudah dianggap dapat mewakili populasi yang akan diteliti karena sudah memenuhi batas minimal sampel.

### **3.5. Variabel Penelitian**

Variabel dari penelitian ini yaitu keputusan konsumen adalah suatu pilihan yang dimiliki oleh konsumen untuk bisa menjatuhkan pilihan dalam melakukan pembelian barang maupun jasa.

### 3.6. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian ini meliputi indikator-indikator yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan transaksi E-Payment seperti Go-Pay, OVO, dan Dana. Operasionalisasi dari setiap indikator yang dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan transaksi E-payment (Go-Pay, OVO, dan Dana) didasarkan pada hasil penelitian (Liem, 2019), (Trifiyanto & Artati, 2019) dan (Dewi et al., 2019) dengan indikator sebagai berikut:

#### 3.1 Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
Keputusan konsumen	tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang secara langsung terlibat atau berhubungan dengan proses pengambilan keputusan yang meliputi tindakan mengevaluasi, mendapatkan, dan mengkonsumsi produk, baik	1.Potongan harga saat melakukan transaksi 2.Kemudahan dalam melakukan pembayaran 3.Praktis dan efisien dalam melakukan pembayaran 4.Trend masyarakat milenial masa kini 5.Adanya berbagai macam promo 6.Mengurangi resiko kehilangan	Dikotomi

	barang maupun jasa.	<p>7.Mengurangi penggunaan uang tunai</p> <p>8.E-Payment</p> <p>Menawarkan berbagai voucher menarik</p> <p>9.Menawarkan isi ulang pembelian pulsa yang mudah</p> <p>10.Tampilan aplikasi yang menarik</p> <p>11.Lebih aman dalam membawa uang</p> <p>12.Penawaran cashback</p> <p>13.Karena E-Payment Terpercaya</p> <p>14.Karena ingin hadir dalam sebuah event</p> <p>15.Ketertarikan oleh iklan di media sosial</p> <p>16.Fitur Layanan</p> <p>17.Kemudahan menggunakan Aplikasi E-Payment</p> <p>18.Kecepatan Aplikasi E-Payment</p>	
--	---------------------	--	--

		19.Lingkungan tempat tinggal banyak menggunakan E-Payment	
		20.Promo E-Payment yang menarik	

### 3.7. Uji Persyaratan Instrumental

Menurut (Sanusi, 2011) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial.

#### 3.7.1. Uji Validitas

Menurut Dempsey dan Dempsey (2002) dalam buku (Kuntjojo, 2009) validitas mengacu pada kemampuan instrument pengumpulan data untuk mengukur apa yang harus diukur, untuk mendapatkan data yang relevan dengan apa yang sedang diukur.

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

Keterangan :

rx<sub>y</sub> = koefisien korelasi antara butir dengan jumlah skor

x = skor butir

y = jumlah skor

n = banyaknya sampel

kriteria pengujian :

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  table maka instrument valid
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  table maka instrument tidak valid

### 3.7.2. Uji Reabilitas

Menurut (Kuntjojo, 2009) realibilitas instrument adalah tingkat konsisten hasil yang dicapai oleh sebuah alat ukur, meskipun dipakai secara berulang-ulang pada subjek yang sama atau berbeda. Reabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur. Dengan demikian suatu instrumen dikatakan reliabel bila mampu mengukur sesuatu dengan hasil yang konsisten. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = reliabilitas instrument

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$\sigma_t^2$  = varian total

$\sigma_b^2$  = jumlah varian butir

### 3.8. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode *Cochran's Q Test* Menurut (Simamora, 2004) dalam penelitian (Sari, 2018) Cochran Qtest digunakan untuk mengeluarkan atribut-atribut yang dinilai tidak sah berdasarkan kriteria-kriteria statistik yang dipakai. Jawaban dalam penelitian ini berbentuk "YA" dan "TIDAK", penyebarannya secara random dalam tabel dua arah. Selanjutnya diberi skor 0 untuk "GAGAL" dan skor 1 untuk "SUKSES" rumus yang digunakan yaitu:

Rumus *Cochran's Q Test* :

$$Q = \frac{(k - 1)\{k \sum C_j^2 - (\sum C_j)^2\}}{k \sum R_i - \sum R_i^2}$$

Keterangan :

k = Jumlah variabel

n = Jumlah responden (pengamatan)

C<sub>j</sub> = Total respon pada j variable (kolom)

R<sub>i</sub> = total respon pada i pengamatan

Dengan data yang ada, selanjutnya dilakukan perhitungan statistik menggunakan *Cochran Q-Test* dengan menggunakan SPSS. Bunyi H<sub>0</sub> dan H<sub>a</sub> adalah sebagai berikut:

H<sub>0</sub> : Semua faktor menjadi Keputusan konsumen melakukan transaksi E-Payment.

H<sub>a</sub> : Salah satu dari dua puluh faktor tidak menjadi Keputusan konsumen melakukan transaksi E-Payment.

Langkah-langkah perhitungan *Cochran Q-Test* adalah sebagai berikut:

### 1. Perumusan Hipotesis

Sebelum melakukan pengujian, terlebih dahulu menentukan hipotesis, hipotesis dirumuskan kedalam dua bentuk yaitu H<sub>0</sub> dan H<sub>a</sub>.

H<sub>0</sub> : Semua faktor menjadi Keputusan konsumen melakukan transaksi E-Payment.

H<sub>a</sub> : Salah satu dari dua puluh faktor tidak menjadi Keputusan konsumen melakukan transaksi E-Payment.

### 2. Melakukan pengujian

Menguji semua motif yang dirumuskan dalam H<sub>0</sub>

H<sub>0</sub> diterima : apabila sig < α 0,05 atau apabila nilai *Qhitung* < *Qtabel*

H<sub>0</sub> ditolak : apabila sig > α 0,05 atau apabila nilai *Qhitung* > *Qtabel*

### 3. Bila hasil perhitungan H<sub>0</sub>

Maka langkah selanjutnya adalah menghilangkan nilai C<sub>j</sub> terendah kemudian melakukan perhitungan statistik dengan menggunakan rumus *Cochran Q-Test*

4. Apabila hasil perhitungan tersebut masih menolak  $H_0$  maka selanjutnya harus menghilangkan  $C_j$  terendah kedua. Kemudian dilakukan kembali perhitungan statistic dengan rumus *Cochran Q-Test*.

Langkah – langkah diatas harus dilakukan sampai pada perhitungan statistik memperoleh hasil menerima  $H_0$  dan dapat disimpulkan faktor apa saja yang menjadi keputusan konsumen melakukan transaksi *E-Payment*.