

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SKY PARKING di Mall Tamini Square pada Bulan Maret 2023 sampai dengan juli 2023, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. 1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	1	2	3	4	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi awal																												
2	Pengajuan izin penelitian																												
3	Persiapan instrument penelitian																												
4	Pengumpulan Draft Proposal																												
5	Persiapan &Ujian Proposal																												
6	Penelitian Bab 4 & 5																												
7	Penyerahan <i>Work In Progress</i> 2																												
8	Ujian Sidang Skripsi & Komprehensif																												
9	Ujian Sidang Skripsi & Komprehensif (Ulang)																												
10	Perbaikan Skripsi																												
11	Persetujuan &Pengesahan																												

3.3.2 Sampel

Sejalan dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Sugiyono (2019:127) mengatakan bahwa:

”Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini berarti bahwa sampel mewakili populasi. Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel yang lebih dikenal dengan istilah rumus Lemeshow, sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah anggota sampel

Z= Nilai standar normal (1,966)

P = Estimator proporsi populasi (0,5)

q = 1-p

d = Interval / Penyimpangan (0,10)

Jadi, besar sampel yang ditentukan adalah:

$$n = \frac{(1,967)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2} = 97,5$$

n= 97,5 dibulatkan menjadi 100 responden Dari hasil pengolahan data di atas, maka dapat diketahui bahwa besar jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sebanyak 100 responden.

Sumber: (Angelina & Mashariono, 2020)

Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian di atas, maka penulis akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2014:85). Oleh sebab itu peneliti tidak menentukan siapa yang akan

dijadikan responden, melainkan sampel diambil secara acak yang dipandang sesuai untuk digunakan sebagai sumber data serta memenuhi 3 kriteria sebagai berikut:

1. Menggunakan atau mempunyai aplikasi GoJek.
2. Membawa kendaraan seperti mobil atau motor.
3. Sampel Pengunjung yang diambil mulai dari usia 17 tahun .

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting ,berbagai sumber ,dan berbagai cara . Bila dilihat dari settingannya, data dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah (natural setting), pada laboratorium dengan metode eksperimen ,dirumah dengan berbagai responden pada suatu seminar,diskusi,dijalan,dan lain lain . Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder.

Proses pengumpulan data sebenarnya dapat dilakukan dengan beberapa cara. Sugiyono (2019:194) menyatakan bahwa:

“Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.”

Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

1. Kuesioner (Angket)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat pertanyaan atau kuesioner yang akan dibagikan kepada responden yang menjadi objek penelitian. Responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang telah dipersiapkan pada lembaran kuisisioner.

2. Observasi (Pengamatan)

Teknik pengumpulan data lainnya yang digunakan adalah observasi. Hal ini dilakukan dengan cara mengamati berbagai obyek tanpa melakukan komunikasi secara langsung. Teknik ini penulis gunakan saat penulis hendak mengetahui

tentang perilaku responden, proses kerja, gejala yang muncul atas perilaku responden dan lain sebagainya.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019:67) Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya) Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variable bebas (*variabel independen*) dan variable terikat (*variabel dependen*).

3.5.1 Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2019:69) Variabel independen sering disebut dengan *variable stimulus, predictor, antecedent*. Yang biasa dalam bahasa Indonesia disebut variable bebas. Variabel bebas merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya *variable dependen* atau variabel terikat. Dalam penelitian ini digunakan Variabel bebas Promosi, kemudahan, dan kepercayaan yang didefinisikan sebagai berikut.

1. Promosi (X_1)

Menurut Kotler dan Armstrong (2019:63) dalam (Mathematics, 2016) “promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Promosi merupakan salah satu faktor penentu mengenai keberhasilan program pemasaran. Jika konsumen belum pernah mendengar atau mengetahui produk yang ditawarkan perusahaan dan juga manfaat yang akan diterima oleh konsumen, maka konsumen tidak akan pernah membeli produk yang ditawarkan”

Semua usaha dalam kegiatan promosi dilakukan melalui komunikasi yang menggunakan kombinasi peralatan promosi yang disebut dengan bauran promosi.

Adapun indikator promosi menurut (Kotler & Keller, 2009) yaitu:

1. Frekuensi penjualan adalah jumlah promosi yang dilakukan dalam suatu waktu melalui media promosi penjualan
2. Kualitas promosi adalah tolak ukur seberapa baik promosi yang dilakukan, misalnya seperti konten isi, desain yang menarik, posisi dan media yang digunakan, dan lain sebagainya.

3. Ketepatan waktu atau kesesuaian sasaran merupakan faktor yang diperlukan untuk mencapai target yang diinginkan perusahaan.
4. Waktu promosi adalah seberapa lamanya masa atau tanggung waktu promosi yang dilakukan oleh perusahaan

2. Kemudahan (X_2)

Menurut (Davis, 1989) persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa dalam menggunakan suatu sistem/teknologi tertentu akan terbebas dari kesulitan dan suatu usaha yang besar. Kemudahan penggunaan tentunya merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam keputusan pembelian secara online dipercaya bahwa ketika konsumen merasakan kemudahan yang positif mereka akan cenderung menimbulkan sikap terhadap keputusan untuk berbelanja secara online (Suleman et al., 2019)

Menurut (Davis, 1989) indikator kemudahan penggunaan terdiri atas:

1. Mudah untuk dipelajari. Mudah dipelajari artinya ketika seseorang melakukan sebuah transaksi mereka mengerti dan memahami sistem tersebut sehingga mereka tidak merasa kesulitan.
2. Mudah untuk dikendalikan. Seseorang dapat mengendalikan penggunaan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.
3. Mudah untuk digunakan. Maksudnya adalah sangat mudah digunakan atau dioperasikan dan tidak mempersulit penggunanya

3. Kepercayaan (X_3)

Menurut Kim et al. (2016:88) dalam (Kasus et al., 2020) bahwa kepercayaan pada sistem pembayaran elektronik didefinisikan Kepercayaan sebagai kepercayaan konsumen bahwa transaksi pembayaran elektronik akan diproses sesuai dengan harapan konsumen . Literatur yang ada menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan pengguna dan kepercayaan yang tinggi terhadap sistem pembayaran elektronik merupakan faktor pendukung keberhasilan penerapan sistem pembayaran elektronik.

Menurut (Kotler & Keller, 2016) indikator kepercayaan terdiri atas:

1. *Benevolence* (Kesungguhan / ketulusan) yaitu seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen. (transaksi belanja)

2. *Ability* (Kemampuan) adalah sebuah penilaian terkini atas apa yang dapat dilakukan seseorang. Dalam hal ini bagaimana penjual mampu meyakinkan pembeli dan memberikan jaminan kepuasan dan keamanan ketika bertransaksi.
3. *Integrity* (Integritas) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.
4. *Willingness to depend* adalah kesediaan untuk bergantung kepada penjual berupa penerimaan resiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.

3.5.2 Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2019:69) variable dependen disebut sebagai output, kriteria, dan konsekuen, atau dalam bahasa Indonesia sebagai variable terikat yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas.

Menurut Kotler (2016:19) bahwa minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut. Menurut

Indikator minat menurut Walgito (2015:40) dalam (Kasus et al., 2020) terdiri dari tiga indikator. Indikator inilah yang peneliti pakai dalam penelitian minat menggunakan, dari ketiga indikator tersebut yaitu:

1. Ketertarikan pada obyek minat yaitu calon konsumen atau konsumen memiliki perhatian yang selalu tertuju dan terpusat pada e-money.
2. Perasaan senang yaitu calon konsumen atau konsumen yang berminat untuk menggunakan e-money terlihat memiliki perasaan senang dalam menggunakan e-money dalam bertransaksi.
3. Kecenderungan untuk menggunakan yaitu sering tidaknya calon konsumen atau konsumen berkeinginan untuk menggunakan e-money dalam bertransaksi sehari-hari. Konsumen yang minat menggunakannya tinggi akan terlihat dari frekuensinya dalam menggunakan emoney yang tinggi.

Guna memahami lebih dalam tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran atas indikator di atas maka dapat dilihat pada rangkuman Tabel 3.2. di bawah ini

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Promosi (X ₁)	Promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Kotler dan Armstrong (2019:63) dalam (Kasus et al., 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi Promosi 2. Kualitas Promosi 3. Ketepatan Waktu 4. Waktu Promosi 	Skala Likert
Kemudahan (X ₂)	Kemudahan Penggunaan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Venkatesh dan Davis (2016:45) dalam (Kasus et al., 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah untuk dipelajari 2. Mudah untuk dikendalikan 3. Mudah untuk digunakan 	Skala Likert
Kepercayaan (X ₃)	Kepercayaan sebagai kepercayaan konsumen bahwa transaksi pembayaran elektronik akan diproses sesuai dengan harapan konsumen . Kim et al. (2016:88) dalam (Kasus et al., 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Benevolence</i> (ketulusan) 2. <i>Ability</i> (Kemampuan) 3. <i>Integrity</i> (Integritas) 4. <i>Willingness to depend</i> (konsekuensi negative yang mungkin terjadi) 	Skala Likert
Minat (Y)	Minat adalah suatu keadaan seseorang menaruh perhatian pada sesuatu, yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui, memiliki, mempelajari, dan membuktikan. Rahmat (2018:161) dalam (Kasus et al., 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketertarikan pada obyek minat 2. Perasaan senang 3. Kecenderungan untuk menggunakan 	Skala Likert

Sumber: Peneliti (2023)

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Menurut Sugiyono (2019:206) Teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain yang terkumpul .Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti ,melakukan perhitungan untuk menguji hopotesis yang telah diajukan.

3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran

Seperti telah disampaikan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini nanti akan digunakan kuesioner. Adapun penilaiannya dengan menggunakan Skala Likert, dimana setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, seperti:

Tabel 3. 3 Skala Likert pada Pertanyaan Positif

Pilihan Jawaban	Skor Positif	Skor Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu-Ragu	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber : Sugiyono (2019:147)

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompok-kelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada dalam pernyataan tersebut.

Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

$$\begin{aligned}\text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0,80\end{aligned}$$

Tabel 3. 4 Skala Likert pada Pertanyaan Positif

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Ragu-ragu
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil penelitian, 2023 (Data diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah:

$$M = \frac{\sum f(X)}{n}$$

Keterangan:

- M = Angka penafsiran
- f = Frekuensi jawaban
- x = Skala nilai
- n = Jumlah seluruh jawaban

3.6.2 Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2), (X_3), (X_4)..... (X_n) dengan satu variabel terikat. Menurut Sugiyono (2019:259) persamaan linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (Kepuasan Mahasiswa)
- a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
- $b_1...b_2$ = Koefisien regresi (konstanta) X_1 , X_2 ,
- X_1 = Layanan

Sumber: Sugiyono (2019:259)

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Metode yang dapat digunakan adalah metode *enter*, *stepwise*, *backward*, serta *forward* (Situmorang, dkk, 2008:109-127) dalam (Iii, 2008). Khusus penelitian ini penulis akan menggunakan metode *enter*.

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penulis akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa persamaan regresi ,uji F (Uji Simultan), koefisien determinasi dan uji t (Uji Parsial).

3.6.3 Uji Kualitas Data

Metode analisis data berupa analisis deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019:206).

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas ini Arikunto dalam Unaradjan (2013:164) dalam (Iii, 2008) menyatakan bahwa:

”validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Guna menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara

bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan total skor yang merupakan jumlah tiap skor butir dengan rumus "Pearson Product Moment", adalah:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

$\sum X_i$ = Jumlah skor item

$\sum Y_i$ = Jumlah skor total (sebuah item)

N = Jumlah responden

Sumber : Arikunto dalam Unaradjan (2013:164) dalam (Iii, 2008)

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesiner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation pada tabel Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,3$ (Situmorang, et.al, 2008:36).

2. Uji Reabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua yaitu uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pernyataan. Butir pernyataan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (*reliabel*) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah variabel skor setiap item

S_t = Varians total

k = banyaknya butir pertanyaan

Sumber: Arikunto dalam Unaradjan (2013:186)

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS). Guna melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada *tabel Reability Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (*reliabel*) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya (Situmorang, et.al., 2008:43)

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi liner berganda khususnya yang berbasis Ordinary Least Square (OLS). Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi yang dihasilkan. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati 35 normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakan program Statistical Program for Social Science (SPSS) dengan menggunakan

pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan Kolmogorov-Smirnov Test. Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan histogram. Data variabel bebas dan variabel terikat dikatakan berdistribusi normal jika gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri (Situmorang, et.al., 2008:56) dalam (Iii, 2008)

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui terdapatnya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan studentized delete residual nilai tersebut. Prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varian yang sama diantara anggota grup tertentu. Jika varian sama dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas). Sedangkan jika varian tidak sama maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas (Situmorang, et al., 2007:63) dalam (Iii, 2008)

3. Uji Multikolinieritas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui terdapatnya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan studentized delete residual nilai tersebut. Prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varian yang sama diantara anggota grup tertentu. Jika varian sama dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas). Sedangkan jika varian tidak sama maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas (Situmorang, et al., 2007:63) dalam (Iii, 2008)

3.6.5 Uji Hipotesis

Menurut sugiyono (2019:209-210) Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

1. Uji Serempak/*Simultant* (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. (Santoso Slamet, 2013 : 136). Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai $< 0,05$ ($\alpha = 5\%$), maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian hipotesis untuk uji f secara manual menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/n - k - 1}$$

Keterangan :

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Sumber: (Cahyo Adi Riawan, 2017)

Jika:

- a. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa Promosi, Kemudahan, Dan Kepercayaan Secara simultan tidak berpengaruh signifikan minat pengguna aplikasi GoPay

- b. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa Promosi, Kemudahan, Dan Kepercayaan Secara simultan berpengaruh signifikan minat pengguna aplikasi GoPay

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bahwa bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas

terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square pada tabel Model Summary hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS. (Iii, 2008)

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji dilaksanakan dengan langkah membandingkan t hitung dengan t tabel (Santoso Slamet, 2013 : 136). Dengan ketentuan jika t hitung > t tabel dan nilai signifikan < 0,05 ($\alpha : 5\%$), maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Mengadakan pengujian bahwa hipotesa yang diajukan diterima atau ditolak maka digunakan rumus t hitung sebagai berikut :

$$t \text{ hitung} = \frac{b}{S_b} \quad \text{atau} \quad t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

b = Koefisiensi Regresi

S_b = Standar Error

r = Koefisien korelasi sederhana

n = Jumlah data atau kasus

Sumber: (Cahyo Adi Riawan, 2017)

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

a. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

b. $H_a : \text{minimal satu } \beta_i \neq 0 \text{ dimana } i = 1,2,3$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5% ($\alpha 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi Promosi, Kemudahan, Dan Kepercayaan Secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna aplikasi GoPay

- b. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi Promosi, Kemudahan, Dan Kepercayaan secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna aplikasi GoPay