

## **BAB 3**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini akan dijabarkan dengan detail mengenai metode penelitian yang digunakan oleh peneliti. Diantaranya lokasi penelitian, jenis penelitian, sample dan populasi, sumber data, metode pengumpulan data, metode sampling, metode penentuan jumlah sample, skala pengujian, uji studi pendahuluan, teknik analisis, pengolahan data, analisis SEM evaluasi model pengukuran, evaluasi model struktural, dan evaluasi moderasi.

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* atau *confirmatory research*, yaitu penelitian yang menjelaskan tentang pengaruh kausal dan menguji keterkaitan antara beberapa variabel melalui beberapa hipotesis atau penelitian penjelasan (Kuncoro, 2004:52). Penelitian ini menguji tentang pengaruh *cashback program dan payment later* terhadap *intention use* dan *continuance commitment* pengguna OVO.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di daerah Lumajang. Daerah ini kami pilih karena penetrasi bertambah banyaknya pengguna OVO di Lumajang. Proses pengambilan data kuesioner disebar dengan cara digital dan non-digital. Untuk pengambilan data kuesioner non-digital dilakukan wawancara langsung (*face to face*).

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

#### 3.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal, yaitu:

“Data internal adalah data sekunder yang didapat dari internal objek penelitian atau data yang dikumpulkan dari dalam satu perusahaan yang dijadikan objek penelitian” (Sunyoto, 2011:23).

#### 3.3.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

##### 1) Data Primer

“Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus”. (Istijanto 2006 dalam Sunyoto, 2011:22). Data primer diperoleh langsung dari sumbernya, sehingga peneliti menjadi tangan pertama yang memperoleh data tersebut.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu pengguna OVO di Kabupaten Lumajang.

##### 2) Data Sekunder

“Data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya yaitu dengan menggunakan studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan objek penelitian atau dapat dilakukan dengan menggunakan data dari Biro Pusat Statistik (BPS)”. (Sunyoto, 2011:23)

### 3.4 Populasi dan sampel

Metode dalam penarikan sampel di penelitian ini adalah non-probabilitas sampling dimana tidak setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden (Sekaran, 2013). Non-probabilitas sampling sering disebut sebagai pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan. Metode non-probabilitas yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik dalam menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya lebih representatif. Kriteria pengambilan sampel antara lain:

- a. Konsumen yang telah menggunakan OVO minimal 3 bulan.
- b. Konsumen OVO yang telah menggunakan fasilitas payment

Malhotra (1993), besarnya jumlah sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah variabel dengan 5, atau 5 X jumlah variabel. Jumlah indikator pertanyaan dari penelitian ini berjumlah 16, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:  
 Jumlah sampel = 5 x indikator variabel = 5 x 16 indikator variabel = 80 responden.

### 3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Pada penelitian kami terdapat 5 variabel laten, dimana variable laten merupakan variable yang tidak terobsesi atau kontrak. Selain itu biasa disebut sebagai faktor yang diukur dengan indikator masing-masing (Noor, 2014). Variabel laten di penelitian ini adalah *cashback program*, *payment later program*, *intention use*, dan *continuance commitment*.

- a. *Cashback program* adalah program pengembalian uang pembeli OVO bentuknya adalah poin, dimana 1 poin dinilai sebagai 1 rupiah. Indikator dari *cashback program* antara lain:
  - 1) *Cashback program* disukai konsumen OVO
  - 2) *Cashback program* dipercaya konsumen OVO

- 3) *Cashback program* memberikan keuntungan bagi konsumen OVO
  - 4) *Cashback program* menghemat pengeluaran bagi konsumen OVO
- b. *Payment later program* adalah sebuah aplikasi keuangan berbasis digital (*fintech/financial technology*) yang melayani penggunaannya untuk membeli barang kebutuhan terlebih dahulu dan bayar kemudian dalam hal ini adalah OVO PayLater. *Payment later program* dijelaskan dengan indikator berikut.
- 1) Verifikasi pinjaman OVO Paylater menggunakan sistem.
  - 2) OVO PayLater tidak membutuhkan pengajuan bersyarat.
  - 3) OVO PayLater tidak dikenakan bunga
- c. *Intention use* adalah suatu kegiatan ekonomi yang melibatkan jual beli barang (*goods*) dan jasa (*service*) selalu disertai aktivitas transaksi pertukaran nilai yang terintegrasikan. Indikator *Intention use* antara lain:
- 1) Pembayaran OVO lebih nyaman dan portable.
  - 2) Pembayaran OVO lebih fleksibel, dengan sistem rekening atau sistem *m-payment* alternatif lain.
  - 3) Transaksi dengan pembayaran OVO lebih cepat untuk melakukan pembelian.
  - 4) Biaya transaksi pembayaran OVO yang lebih murah.
  - 5) Monitor keuangan dan kontrol pengeluaran OVO oleh konsumen lebih mudah.
- d. *Continuance commitment* adalah kesadaran konsumen atas biaya dan resiko yang akan diterima apabila meninggalkan produk/jasa yang digunakan. Indikator dari *continuance commitment* yaitu:
- 1) Konsumen merasa rugi atau kehilangan jika menggunakan produk/jasa perusahaan lain.
  - 2) Penggunaan produk OVO merupakan suatu kebutuhan.

- 3) Konsumen merasa senang jika menggunakan OVO
- 4) Konsumen tidak tertarik untuk mencari produk lain.

### 3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan sebagai alat pengumpulan data, dan instrumen yang lazim digunakan dalam penelitian adalah beberapa daftar pertanyaan serta kuesioner yang disampaikan dan diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel data penelitian pada saat observasi dan wawancara.

Menurut Sugiyono (2012:146) menyatakan bahwa pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam dengan melakukan pengukuran yang baik yaitu dengan instrumen penelitian. Meneliti dengan data sudah ada lebih tepat apabila membuat laporan daripada melakukan penelitian. Namun dalam skala rendah laporan juga perlu dinyatakan sebagai bentuk penelitian. Menurut Sugiyono (2012:105) bahwa skala pengukuran adalah kesepakan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga dapat digunakan dalam pengukuran data kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2015:93) menyatakan bahwa Skala *Likert* merupakan alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian, indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

#### 3.7.1 Wawancara

“Wawancara adalah teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberikan tugas melakukan pengumpulan data) dalam pengumpulan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai”. (Sugiono, 2015:224).

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan Pengguna Platform OVO di Lumajang

#### 3.7.2 Observasi

Menurut Sunyoto (2011:23), Observasi adalah suatu metode yang digunakan oleh peneliti dengan cara pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilaksanakan perusahaan”.

Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang dan mengamati langsung obyek penelitian yaitu dengan mengamati Pengguna OVO di Kabupaten Lumajang.

#### 3.7.3 Kuesioner

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya” (Sugiyono, 2013:162).

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada para pengguna platform OVO di Kabupaten Lumajang. Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan akan mendapatkan data tentang manfaat apa saja ketika menggunakan OVO .

Pengukuran data untuk variabel persepsi labelisasi halal dan harga terhadap variabel keputusan pembelian produk pop mie, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pernyataan kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Adapun bentuk skala *likert* menurut Sugiyono (2013:108), sebagai berikut:

- |  |   |
|--|---|
| a. Sangat setuju/selalu/sangat positif (SS/SL) diberi skor | 5 |
| b. Setuju/sering/positif (ST/SR) diberi skor               | 4 |

- c. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral (RR/KS) diberi skor 3
- d. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative (TS/TP) diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju/tidak pernah (STS) diberi skor 1

#### 3.7.4 Dokumentasi

“Dokumen merupakan alat bukti tentang peristiwa atau momen atau kegiatan yang telah lalu, yang mungkin dihasilkan sebuah informasi, fakta dan data yang diinginkan dalam penelitian, baik itu catatan, foto, rekaman video maupun yang lainnya” (Ibrahim, 2015:93).

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, meng-*copy* dokumen-dokumen yang ada di lokasi penelitian serta dengan membaca literatur-literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian.

#### 3.7.5 Studi Pustaka

Menurut Afrizal (2016:122-123) menyatakan bahwa, “Studi pustaka merupakan bagian dari sebuah proposal penelitian yang berisikan informasi-informasi yang diperoleh dari jurnal, buku dan kertas kerja (*working paper*)”. Ada beberapa tujuan menulias studi pustaka dalam sebuah proposal penelitian, yaitu:

- a. Menginformasikan kepada diri peneliti sendiri dan pada pembaca hasil-hasil studi yang berkaitan erat dengan topik penelitiannya. Ini penting untuk menunjukkan kepada pembaca bahwa peneliti mengikuti perkembangan wacana tentang topik yang akan diteliti.
- b. Menghubungkan studi yang akan dilakukan dengan studi-studi yang pernah dilakukan sebelumnya. Hal ini berguna bagi peneliti untuk menjelaskan kedudukan penelitiannya dalam kajian yang sama.
- c. Menghubungkan studi yang akan dilakukan dengan topik yang lebih luas yang sedang dibicarakan. Bagian ini penting untuk menunjukkan kepada pembaca bahwa kajian ini bagian dari topik yang lebih besar yang merupakan bagian dari wacana disiplinya atau persoalan yang lebih luas, dan demikian topik penelitiannya merupakan sebuah ilustrasi dari topik yang besar tersebut.

- d. Menyediakan kerangka atau bingkai untuk penelitian. Dalam melakukan penelitian, para peneliti memerlukan alat-alat analisis. Alat-alat analisis tersebut berupa konsep, klasifikasi dan teori untuk menganalisis data. Dia juga memerlukan arahan mengenai informasi apa yang akan dikumpulkan dalam penelitian. Semua ini memerlukan studi pustaka dan isi studi pustaka perlu mencakup hal-hal tersebut.

Studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, berupa teori-teori yang dikemukakan para ahli yang berhubungan dengan penelitian diperoleh dari: buku, jurnal, skripsi, dan internet.

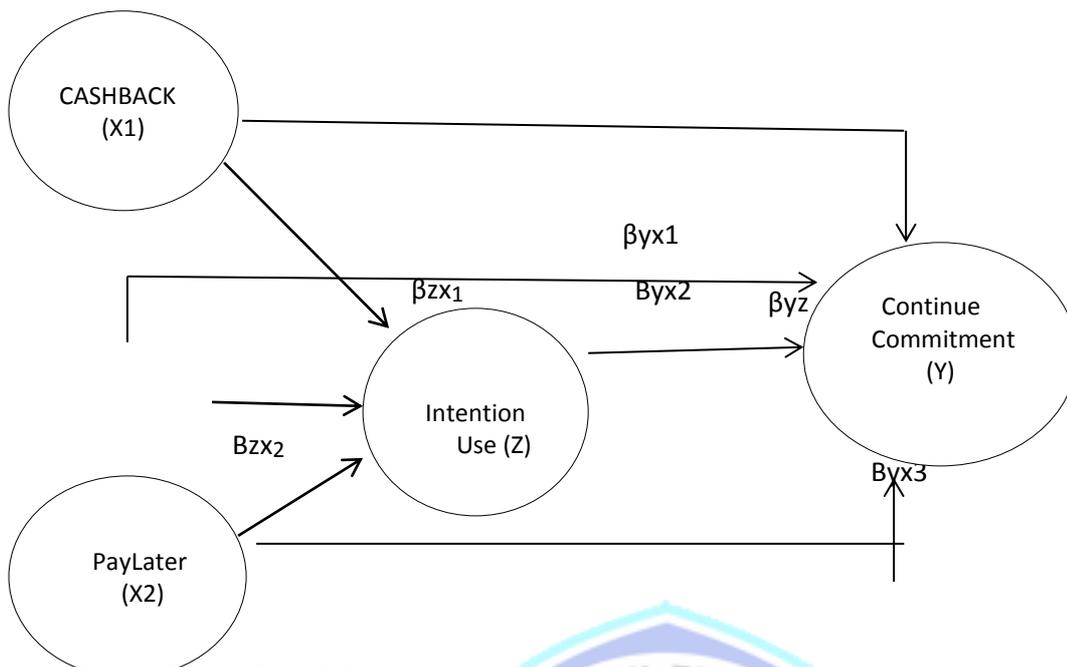
### 3.8 Teknik Analisis

#### 3.8.1 Teknik Analisis

Menurut Imam Ghozali (2018: 245) untuk menguji pengaruh variable intervening digunakan metode analisis jalur (*Path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variable (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur sendiri tidak dapat menentukan hubungan sebab – akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk variable yang telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teoritis.

Untuk penyelesaian analisis jalur maka perlu mengetahui adanya path diagram maupun *path coefficients* (koefisien jalur). Model analisis jalur disajikan pada Gambar 3.1 berikut ini :





3.1 Model Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Keterangan :

- f.  $\beta_{yx1}$  : koefisien jalur pengaruh langsung *Cash Back* terhadap *Continue Comitment*
- g.  $\beta_{yx2}$  : koefisien jalur pengaruh langsung *Payment Later* terhadap *Continue Comitment*
- h.  $\beta_{zx1}$  : koefisien jalur pengaruh langsung komunikasi efektif terhadap *Payment integration*.
- i.  $B_{zx2}$ : koefisien jalur pengaruh langsung *Payment Later* terhadap *Payment integration*
- j.  $\beta_{yz}$  : koefisien jalur pengaruh langsung *Payment integration* terhadap *Continue*

Berdasarkan hasil koefisien tersebut dapat digambarkan sebagai berikut.

$Y : \beta_0 = \beta_{yx1} + \beta_{yx2} + \epsilon_1$ .....(persamaan 1)

$Z : \beta_0 = \beta_{zx1} + \beta_{zx2} \beta_{yz} + \epsilon_2$ .....(persamaan 2)

$Y = Continue Comitment$

$X1 = Cash Back$

$X2 = Payment Later$

$Z$  = *Payment integration*

$\beta_0$  = *intercept*

$\varepsilon$  1.2 = residual variabel / error

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas Model

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah dalam regresi, variabel *dependent*, variabel *independent*, dan atau keduanya mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal (Santoso, 2004:212).

Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi yang ada memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan mengikuti arah arah garis diagonal, maka model regresi yang ada tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan pengujian dari asumsi yang berkaitan bahwa antara variabel variabel bebas dalam suatu model tidak saling berkolerasi antara satu dengan yang lainnya. Apabila terjadi suatu multikolinieritas maka nilai parameter estimasi dari variabel tersebut tidak tertentu karena mempunyai standar error yang tinggi sehingga parameternya secara statistik tidak signifikan.

Salah satu cara untuk melihat terjadinya multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan ketentuan apabila nilai  $VIF < 5$ , maka terjadilah multikolinieritas (Gujarati, 2005:299). Apabila dari model regresi yang terjadi multikolinieritas, maka ada beberapa langkah yang harus dilakukan untuk mengatasinya yaitu

dengan menghapus salah satu variabel koliner, sepanjang tidak menyebabkan *specification error* (Yarnest,2004:68).

#### c. Uji heterokedastisitas

Menurut Gujarati (1995:438) pengujian heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi kesalahan pengganggu yang mempunyai varian yang sama atau tidak. Pengujian ini menggunakan *Scatter plot*. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan uji grafik *Scatter plot* dan hasil pengujiannya tidak terdapat pola yang jelas serta ada titik melebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Berarti variabel dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan antara lain:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (point) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4 Uji Hipotesis

##### a. Uji t

Uji signifikansi digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara parsial. Adapun tahapan uji signifikansi adalah sebagai berikut :

##### a. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_u = 0$  (berarti variabel-variabel bebas secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen)

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_u \neq 0$  (berarti variabel-variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen)

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi yang diharapkan adalah  $\alpha = 5\%$

c. Membandingkan nilai signifikansi dengan  $\alpha = 5\%$

Untuk menentukan apakah hipotesis nol diterima atau ditolak dibuat ketentuan-ketentuan dibawah ini :

- 1) Apabila signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak yang artinya bahwa variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya.
- 2) Apabila signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima yang artinya bahwa variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya.

### 3.8.3 Uji Analisis Jalur ( *Path Analysis* )

Analisis jalur (*Path Analysis*) adalah analisis untuk mengetahui besarnya sumbangan pengaruh setiap variabel X terhadap Y yang menggunakan regresi dengan variabel di bakukan (*standartdize*). Perhitungan jalur menjelaskan tentang pengaruh *Cash Back*, *Payment Later* dan komunikasi efektif terhadap *Continue Comitment* pengguna OVO di Lumajang melalui *intervening variabel Payment integration (Z)*.

Sebelum menguji ada tidaknya pengaruh tersebut, masing-masing jalur diuji signifikan terlebih dahulu. Apabila terdapat jalur yang tidak signifikan maka diberlakukan *trimming theory* yaitu dengan menghilangkan atau menghapus jalur yang tidak signifikan. *Trimming theory* adalah model yang digunakan untuk memperbaiki suatu model struktur analisis jalur dengan cara mengeluarkan dari model variabel eksogen yang koefisien jalurnya tidak signifikan. Jadi model ini terjadi ketika koefisien jalur diuji secara keseluruhan ternyata ada variabel yang tidak signifikan (Riduwan, 2007:127). Walaupun ada satu, dua, atau lebih variabel yang tidak signifikan, peneliti perlu memperbaiki model analisis jalur yang telah dihipotesiskan. Cara menggunakan *Trimming Theory* yaitu menghitung ulang koefisien jalur

tanpa menyertakan variabel eksogen yang koefisien jalurnya tidak signifikan. Langkah-langkah pengujian analisis jalur dengan model trimming adalah sebagai berikut (Riduwan, 2007:128) :

- a. merumuskan persamaan struktural
- b. menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi
  - 1) Membuat gambar diagram jalur secara lengkap
  - 2) Menghitung koefisien regresi untuk sub struktur yang telah dirumuskan.
- c. menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan)
- d. menghitung secara individual
- e. menguji kesesuaian anatar model analisis jalur 3
- f. merangkum ke dalam tabel
- g. memaknai dan menyimpulkan.

Hasil struktur yang baru tersebut dihitung kembali masing-masing koefisien jalurnya (*path coefficient*). Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung serta pengaruh totalnya. Langkah perhitungannya adalah menghitung pengaruh langsung dan tidak langsung serta pengaruh *Cash Back* dan *Payment Later* terhadap *Continue Comitment* pengguna OVO di Lumajang melalui *intervening variabel Payment integration (Z)* kemudian menghitung *residual variabel* sisa yaitu variabel selain variabel bebas dan variabel perantara yang juga mempengaruhi variabel tergantung tetapi tidak dimasukkan dalam model penelitian. Proses perhitungannya adalah sebagai berikut :

- a. Menghitung pengaruh langsung (*Direct Effect* atau DE)
  - 1) Pengaruh variabel *Cash Back* terhadap kinerja  

$$DE_{yx1} : X1 \rightarrow Y$$
  - 2) Pengaruh variabel *Payment Later* terhadap kinerja  

$$DE_{yx2} : X2 \rightarrow Y$$

3) Pengaruh variabel *Cash Back* terhadap *Payment*

*integration* DE zx1 : X1 → Z

4) Pengaruh variabel *Payment Later* terhadap *Payment integration*

DE zx2 : X2 → Z

b. Menghitung pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect* atau IE)

1) Pengaruh variabel *Cash Back* terhadap kinerja melalui *Payment integration*

IE yzx1 : X1 → Z → Y

2) Pengaruh variabel *Payment Later* terhadap kinerja melalui *Payment integration*

IE yzx2 : X2 → Z → Y

c. Menghitung pengaruh total (*Total Effect* atau TE)

1) Pengaruh variabel *Cash Back* terhadap kinerja melalui *Payment integration*

TE yzx1 = DE yx1 + IE yzx1

2) Pengaruh variabel *Payment Later* terhadap kinerja melalui *Payment*

*integration* TE yzx2 = DE yx2 + IE yzx2

3) Pengaruh variabel *Payment integration* terhadap kinerja

DE yz : Z → Y

Analisis perbandingan antara pengaruh langsung ( $\beta_{yx}$ ) *Cash Back* *Payment Later* dan komunikasi efektif terhadap *Continue Comitment* pengguna OVO di Lumajang serta pengaruh tidak langsung ( $\beta_{yzx}$ ) *Cash Back*, *Payment Later* dan komunikasi efektif terhadap *Continue Comitment* pengguna melalui *Payment integration*.