

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah metode yang dapat dilakukan melalui analisis statistik, sementara penelitian deskriptif digunakan untuk memahami dan mengukur nilai dari masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih. (Asja et al., 2021).

Menurut Sugiyono (2018) pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada filsafat *positivisme*, dengan tujuan untuk meneliti populasi atau sampel yang diambil secara acak. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen tertentu, sedangkan analisis data dilakukan secara statistik. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*.

3.2 Lokasi dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Ngudi Waluyo, yang terletak di Ungaran, Kabupaten Semarang tepatnya pada Mahasiswa Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora (FEHH UNW). Pemilihan Program Studi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa program studi ini mempunyai populasi mahasiswa yang beragam serta relevansi terhadap topik yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, kuesioner akan disebarakan kepada

mahasiswa aktif program studi S1 Bisnis Digital . Hal ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang representatif mengenai topik penelitian.

Periode penelitian adalah jangka waktu dilakukannya penelitian tersebut. Periode waktu yang dibutuhkan untuk penelitian skripsi ini dimulai dari bulan September sampai dengan Desember 2024. Waktu pelaksanaan penelitian ini selama 4 bulan. Jadwal penelitian dilaksanakan dengan terarah dan tepat waktu sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Berikut adalah jadwal penelitian yang direncanakan:

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan Ke-			
		I	II	III	IV
1.	Penyusunan Proposal				
2.	Riview Proposal				
3.	Pengumpulan Data				
4.	Analisis Data				
5.	Seminar Proposal				
6.	Revisi				
7.	Penggandaan Laporan				

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek atau subjek yang telah ditentukan berdasarkan kesamaan kualitas dan karakteristik di suatu lingkungan (Sugiyono, 2019a). Dalam studi ini, populasi yang digunakan adalah keseluruhan mahasiswa dari program studi S1 Bisnis Digital di Universitas Ngudi Waluyo, dengan total populasi sebanyak 245 orang.

3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian populasi yang terdiri dari beberapa anggota, berfungsi sebagai perwakilan dari populasi tersebut (Ferdinand, 2014:78). Ukuran sampel yang layak dalam penelitian yaitu antara 30 hingga 500 (Sugiyono, 2021:112). Secara spesifik, ukuran sampel yang ideal berada di antara 100 hingga 200 responden. Untuk setiap parameter yang diperkirakan, ukuran sampel minimum adalah 5 dan maksimum 10. Jumlah sampel yang ideal dan representatif dapat diperoleh dengan mengalikan jumlah indikator penelitian dengan 5 sampai 10. Dalam penelitian ini, terdapat 20 indikator yang diteliti, yaitu: 6 indikator untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan, 3 indikator untuk persepsi risiko, 4 indikator untuk persepsi manfaat, 3 indikator untuk penggunaan fitur *PayLater*, dan 4 indikator untuk tingkat kebutuhan individu. Dari rentang sampel 5-10, ukuran sampel yang dipilih adalah 5, dengan pertimbangan bahwa menurut (Ferdinand, 2014:75), jumlah sampel untuk SEM sebaiknya antara 100-200. Berdasarkan penjelasan tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus: total indikator x 5, sehingga diperoleh $20 \times 5 = 100$. Oleh sebab itu, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018), *purposive sampling* yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini memilih sekelompok subjek berdasarkan karakteristik khusus yang dianggap relevan untuk penelitian.

Adapun kriteria yang peneliti tetapkan adalah sebagai berikut :

1. Pernah atau sedang menggunakan aplikasi Shopee *PayLater*.
2. Merupakan mahasiswa aktif Bisnis Digital di Universitas Ngudi Waluyo.

3.4 Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yaitu informasi yang dikumpulkan secara langsung dari responden melalui berbagai metode seperti kuesioner, diskusi kelompok fokus, wawancara, atau panel, yang dilakukan oleh peneliti dengan narasumber (Asja et al., 2021). Dalam penelitian ini, data primer diambil melalui penyebaran dan pengisian angket atau kuesioner yang dilakukan secara *online* melalui Google form.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018) Data sekunder adalah Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen. Data ini perlu pelengkap yang diperoleh dari literatur-literatur, jurnal terdahulu, data dokumen perusahaan yang berhubungan dengan penelitian. Adapun data sekunder dari penelitian ini berasal dari data internet, observasi, buku dan jurnal penelitian.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Penyebaran kuesioner dilakukan peneliti untuk mendapatkan data terkait jawaban atas penilaian persepsi kemudahan penggunaan , persepsi risiko dan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater* di Universitas Ngudi Waluyo. Pengisian kuesioner dilakukan dengan cara disebar oleh peneliti dan diisi sesuai jawaban dari responden.

3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel. 3.2
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel Independen	Definisi Para Ahli	Definisi Operasional Variabel	Indikator
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	Kemudahan penggunaan adalah tingkat kepercayaan pengguna dalam menggunakan teknologi informasi tanpa memerlukan banyak usaha (Fatmawati, 2015)	Kemudahan penggunaan merujuk pada seberapa percaya diri pengguna dalam memanfaatkan teknologi informasi tanpa harus mengeluarkan banyak usaha.	1. Mudah untuk dipelajari: pengguna baru merasa yakin bahwa produk ini mudah untuk dipahami. 2. Mudah untuk digunakan: pengguna memiliki kepercayaan bahwa produk ini dapat dengan mudah digunakan pada saat dibutuhkan. 3. Kejelasan informasi : pengguna dapat memiliki keyakinan bahwa informasi yang disediakan sangat jelas dan mudah dipahami. 4. Fleksibilitas: Pengguna percaya bahwa penggunaan Shopee <i>Paylater</i> menawarkan fleksibilitas lebih dibandingkan dengan sistem sebelumnya. 5. Mudah untuk menguasai: Pengguna yakin bahwa produk Shopee <i>Paylater</i> mudah dikuasai. 6. Terkontrol: Pengguna

			percaya bahwa penggunaan produk Shopee <i>PayLater</i> mudah dikendalikan sesuai dengan keinginannya. (Sendari, 2022)
Persepsi Risiko (X2)	Persepsi Risiko dapat didefinisikan sebagai persepsi konsumen kepada pemberi pinjaman online dikarenakan adanya ketidakjelasan maupun dampak negatif yang timbul dalam penggunaannya (T. G. Putri & Amin, 2024)	Persepsi risiko merujuk pada pandangan konsumen terhadap pemberi pinjaman online yang muncul akibat ketidakjelasan dan potensi dampak negatif yang mungkin terjadi saat menggunakan layanan tersebut.	1. Resiko keuangan : terkait dengan pengeluaran biaya selama transaksi 2. Resiko keamanan : berhubungan dengan keamanan data dan informasi pengguna. 3. Risiko produk : mengacu pada cara penggunaan dan kehandalan produk yang ditawarkan. (Nurhasanah, 2023)
Persepsi Manfaat (X3)	Persepsi manfaat merujuk pada pandangan seseorang terhadap penggunaan teknologi. Orang akan cenderung menggunakan teknologi saat merasa bahwa teknologi tersebut dapat memberikan manfaat . sebaliknya jika menurutnya teknologi tersebut tidak memberi keuntungan, maka kemungkinan akan menghindari penggunaannya. (Linda Sely Diana. et al., 2024).	Persepsi Manfaat merujuk pada pandangan seseorang yang cenderung akan menggunakan teknologi jika melihatnya sebagai sesuatu yang bermanfaat. Namun, jika dirasa teknologi tersebut tidak memberikan manfaat, seseorang akan memilih untuk tidak menggunakannya	1. Mempermudah pekerjaan, transaksi dalam dunia perbankan menjadi lebih praktis dan sederhana. 2. Meningkatkan produktivitas , dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja para penggunanya. 3. Meningkatkan efektivitas, dapat mempercepat waktu yang dibutuhkan pengguna dalam melakukan penelusuran. 4. Mempengaruhi tingkat kinerja, dapat memberikan dampak positif pada kinerja individu yang menggunakannya. (Nurhasanah, 2023)
Variabel Dependen	Definisi Para Ahli	Definisi Operasional Variabel	Indikator
Penggunaan Fitur <i>PayLater</i> (Y)	<i>PayLater</i> adalah sebuah konsep yang mirip dengan kartu	<i>PayLater</i> adalah konsep yang mirip dengan kartu kredit, memungkinkan	1. Kepuasan 2. Kemudahan Penggunaan

	kredit, di mana pengguna dapat melakukan transaksi di platform e-commerce dengan opsi pembayaran cicilan atau pelunasan pada tanggal jatuh tempo. Perbedaan antara keduanya terletak pada bentuk dan ketentuan yang berlaku. (Eviana & Saputra, 2022)	pengguna untuk bertransaksi di platform e-commerce dengan opsi pembayaran cicilan atau pelunasan pada tanggal jatuh tempo. Perbedaan utama antara keduanya terletak pada bentuk fisik dan syarat-syarat yang berlaku.	3. Kecepatan (Diansyah, 2023)
Tingkat Kebutuhan Individu (Z)	Kebutuhan merupakan segala sesuatu yang diperlukan manusia untuk mempertahankan hidupnya. Mencakup barang, jasa, dan hal-hal tidak berwujud yang esensial bagi kehidupan. Kebutuhan dapat dibedakan dari keinginan, dimana kebutuhan bersifat mendasar dan wajib dipenuhi, sedangkan keinginan lebih bersifat opsional (Sendari, 2022)	Kebutuhan yaitu segala hal yang diperlukan manusia untuk mempertahankan hidup dan mencapai kesejahteraan, termasuk barang, jasa, dan hal-hal yang tidak berwujud. Kebutuhan bersifat dasar dan harus dipenuhi, sementara keinginan adalah hal-hal yang bersifat tambahan dan tidak wajib.	1. Literasi Keuangan 2. Manfaat <i>PayLater</i> (Ningsih et al., 2023) 3. Pendapatan 4. Perspektif Kemudahan (Asja et al., 2021)

3.7 Metode Analisis Data

Partial Least Square (PLS) merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis respon dari para responden. Menurut Ghazali & Latan (2015), PLS-SEM bertujuan untuk mengembangkan atau membangun teori (dengan orientasi prediksi). Metode ini digunakan untuk menjelaskan adanya hubungan yang ada antara variabel laten yang bersifat prediktif. Selain itu, PLS memiliki kemampuan yang lebih baik dalam merumuskan kesimpulan yang akurat karena tidak mengharuskan data mengikuti pengukuran skala tertentu (Ghozali, 2012). Proses

analisis PLS-SEM mencakup dua komponen, yaitu *measurement model* dan *structural model*.

1. Uji Statistik Deskriptif

Deskripsi adalah suatu gambaran menyeluruh tentang objek penelitian, yang berhubungan dengan sampel maupun populasi (Sugiyono, 2014).

2. Uji Model Pengukuran atau *Outer Model*

Model pengukuran menggunakan pendekatan *MultiTrait-MultiMethod*, di mana dilakukan pengujian validitas konvergen dan diskriminan. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan melalui metode *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (Ghozali, 2015).

a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen mengukur korelasi antara skor item dan skor konstruknya. Sebaiknya nilai tertinggi berada dalam rentang 0,70, namun, nilai *loading* antara 0,50 hingga 0,60 masih dapat diterima (Ghozali, 2015).

b. Validitas Diskriminan

Sebuah model dianggap memiliki validitas diskriminan yang baik jika akar *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap konstruk lebih besar daripada koefisien korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya, di mana nilai yang diperoleh lebih dari 0,50 (Ghozali, 2015).

c. Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Suatu konstruk dinyatakan *reliable* apabila nilai

composite reliability maupun *cronbach's alpha* berada di atas 0,70 (Ghozali, 2015).

3. Uji Model Struktural atau Inner Model

Inner model merupakan hubungan antara variabel laten yang mengacu pada teori substantif.

a. *R-Square*.

Perubahan yang terjadi pada nilai *R-Square* menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel endogen. Rentang nilai *R-Square* berkisar antara 0,50 hingga 0,75 yang menunjukkan adanya hubungan yang moderat hingga kuat (Ghozali, 2015).

b. *F-Square*.

Uji *F-Square* digunakan untuk menilai kebaikan model. Rentang nilainya adalah 0,02 hingga 0,35 dan menunjukkan bahwa prediktor variabel laten memiliki hubungan yang sedang hingga besar.

c. *Estimate For Path Coefficients*.

Uji ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi pengaruh antar variabel dengan menggunakan metode *bootstrapping* (Ghozali, 2015).