

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah masyarakat Kab. Bekasi yang menggunakan *e-wallet* di kesehariannya. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel Iklan (X1), Kemudahan (X2) dan Kepercayaan (X3) sebagai variabel independen, dan variabel Penggunaan *e-wallet* (Y) sebagai variabel dependen. Penelitian ini dilakukan pada warga Kab. Bekasi yang menggunakan *e-wallet* GoPay atau ShopeePay. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dimulai pada Maret 2023 – Agustus 2023.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Aktivitas	Bulan/Tahun 2023																							
		Mar				Apr				Mei				Jun				Jul				Agust			
		1	2	3	4	1	2	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 instrumen penelitian			■	■	■																			
4.	Pengumpulan data					■	■	■																	
5.	Pengolahan data								■	■	■														
6.	Analisis dan evaluasi											■	■	■											
7.	Penulisan laporan														■	■	■								
8.	Seminar hasil penelitian																				■	■	■	■	

Sumber : Jadwal Penelitian (2023)

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif-korelatif dan penelitian kuantitatif. Sesuai dengan yang disampaikan Muslich dalam Nandhita (2021:34) penelitian asosiatif-korelatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas. Hasil penelitian ini akan dapat digunakan untuk membangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, memprediksi dan mengontrol suatu gejala. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model regresi linier berganda. Data tersebut diperoleh peneliti dengan menggunakan metode survei dimana peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden secara *online (google form)*.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Sugiyono (2019:215) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Data dalam penelitian ini diperoleh menggunakan metode angket melalui tautan *google form* yang dibagikan lewat media sosial. Berdasarkan informasi yang diperoleh tercatat pengguna ShopeePay mencapai lebih dari 10 juta pengguna dan pengguna GoPay tercatat lebih dari 22 juta pengguna. Karena tidak terdapat data atau tidak diketahui secara pasti berapa jumlah pengguna *e-wallet* maka diasumsikan bahwa populasinya tidak diketahui jumlahnya. Peneliti akan memberikan pernyataan tertulis kepada responden yang berhubungan dengan masalah penelitian dan setiap pernyataan dari responden merupakan jawaban yang mempunyai makna untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari 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 (Sugiyono, 2019:81).

Penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling* karena memperhatikan pertimbangan tertentu yang kemungkinan akan dihadapi pada saat penelitian. Teknik *snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sumber data yang awalnya sedikit jumlahnya dan kemudian menjadi membesar, hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan (Sugiyono, 2017:218). Perhitungan sampel dengan pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti.

Di dalam penelitian kriteria yang digunakan yaitu :

1. Memahami dan mengerti cara menggunakan *e-wallet*
2. Menggunakan *e-wallet* untuk diri sendiri
3. *E-wallet* yang digunakan GoPay, ShopeePay, atau keduanya
4. Berusia mulai dari 17 Tahun
5. Berdomisili di Kab. Bekasi

Dalam menghitung jumlah populasi yang menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

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

P = Maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

Dari rumus tersebut diatas maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10%.

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Dibulatkan kebawah menjadi 96 responden.

Berdasarkan hasil perhitungan maka jumlah sampel yang didapatkan untuk memudahkan penelitian adalah 96 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yakni kualitas instrumen penelitian, dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu, instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitas belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya (Sugiyono, 2019:194). Adapun beberapa teknik yang digunakan untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan

tersebar di wilayah yang luas yang dapat dikirimkan secara langsung atau melalui internet. Adapun skala yang digunakan adalah skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini fenomena sosial yang ditetapkan oleh peneliti secara spesifik yang disebut dengan variabel penelitian.

2. Studi Pustaka

Data yang didapat dalam penelitian ini selain dari penyebaran kuesioner adalah studi pustaka. Memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian melalui membaca buku, artikel, jurnal, dan sejenisnya.

3. Internet Research

Internet Research disini adalah studi untuk melengkapi data yang kurang yang didapat dari studi pustaka melalui jaringan internet. Perkembangan informasi juga sangat cepat di internet sehingga banyak data yang *up-to-date* untuk memenuhi tujuan penelitian ini.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dengan demikian maka penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk pernyataan dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

3.5.1 Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang biasa disebut variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas iklan, kemudahan, dan kepercayaan konsumen, yang penulis definisikan sebagai berikut :

1. Iklan (X₁)

Iklan adalah media informasi yang dibuat sedemikian rupa agar menjadi magnet dan dapat menarik minat khalayak, orisinal, serta memiliki karakteristik sehingga para konsumen atau khalayak secara suka rela terdorong untuk melakukan sesuatu tindakan sesuai dengan yang diinginkan pengiklan (Adhiyani et al., 2020:34).

Dengan indikator iklan sebagai berikut :

- a. Efektivitas media yang digunakan
- b. Iklan yang informatif dan menarik
- c. Kecenderungan akan melakukan pembelian

2. Kemudahan (X₂)

Kemajuan teknologi yang membawa perubahan signifikan pada kebiasaan manusia dimana semua kegiatan dilakukan secara cepat. Munculnya berbagai jenis aplikasi yang memberikan kemudahan dalam menunjang kehidupan seperti melakukan transaksi pembayaran dan lainnya. *E-Wallet* hadir dengan segala macam kemudahan yang ditawarkan seperti kemudahan proses transaksi, efisiensi waktu transaksi, *top up* mudah, dan fasilitas lainnya (Latief & Dirwan, 2020:18).

Dengan indikator kemudahan sebagai berikut :

- a. Sistem mudah dimengerti
- b. Praktis dalam penggunaan
- c. Sistem mudah digunakan

3. Kepercayaan (X₃)

Kepercayaan adalah keyakinan dimana seseorang individu dimungkinkan jadi pelanggan dengan sukarela pada penyelenggara layanan usai pertimbangan dilakukan atas karakteristik dari penyelenggara layanan terkait (Ramadya et al., 2022:60).

Dengan indikator kepercayaan sebagai berikut :

- a. Kemampuan memberikan kepuasan
- b. Kesan positif
- c. Keamanan finansial

3.5.2 Variabel Terikat

Variabel Terikat (*dependent variable*) atau yang sering disebut variabel Y yaitu variabel yang dipengaruhi variabel bebas (*independent variable*) atau sering disebut variabel X. Dalam penelitian ini digunakan variabel terikat penggunaan *e-wallet*.

Konsumen melakukan penggunaan atau pembelian dengan cara membandingkan alternatif satu dan lainnya (Ramadya et al., 2022:61).

Dengan indikator penggunaan *e-wallet* sebagai berikut :

- a. Transaksi lebih cepat dan tercatat lengkap
- b. Tidak perlu menyiapkan uang tunai
- c. Manfaat banyaknya fitur

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

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran
Iklan (X ₁)	Media informasi untuk menarik minat khalayak (Adhiyani et al., 2020)	1. Efektivitas media 2. Informatif dan Menarik 3. Kecenderungan melakukan pembelian	Skala Likert
Kemudahan (X ₂)	Alat pembayaran yang menunjang kehidupan manusia (Latief & Dirwan, 2020)	1. Sistem mudah dimengerti 2. Praktis dalam penggunaan 3. Sistem mudah digunakan	Skala Likert
Kepercayaan (X ₃)	Keyakinan seseorang untuk menjadi pelanggan (Ramadya et al., 2022)	1. Kemampuan memberikan kepuasan 2. Kesan positif 3. Keamanan finansial	Skala Likert
Keputusan Penggunaan <i>e-wallet</i> (Y)	Pilihan akhir dari alternatif yang ada (Ramadya et al., 2022)	1. Transaksi cepat 2. Tanpa uang tunai 3. Manfaat banyaknya fitur	Skala Likert

Sumber : Peneliti (2023)

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang digunakan. Pada akhir kesimpulan diketahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

3.6.1 Skala Angka Penafsiran

Dalam penelitian ini digunakan kuesioner. Adapun 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 :

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Cukup Setuju (CS) diberi skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

Dengan menggunakan skala likert ini maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel dan indikator dari variabel akan menjadi titik tolak instrumen yang berupa pernyataan. Jawaban atas pernyataan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

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

Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangi skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3

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

Tabel 3.3. Angka Penafsiran

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 terkaitnya. Analisis regresi

ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terkait untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2), (X_3), ... (X_n) dengan satu variabel terkait (Unaradjan, 2019:225).

Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Variabel terikat penggunaan *e-wallet*
- a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
- $b_1 \dots b_3$ = Koefisien regresi (konstanta) X_1, X_2, X_3
- X_1 = Pengaruh Iklan
- X_2 = Kemudahan
- X_3 = Kepercayaan
- E = Standar eror

Sumber : (Unaradjan, 2019:225)

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)*.

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 uji F (uji simultan), koefisien determinasi dan uji t (uji parsial).

3.6.3 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sugiyono, 2019:202).

Pengukuran validitas dapat dilakukan dengan salah satu cara yaitu dengan melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini adalah jumlah sampel. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka pernyataan tersebut dinyatakan valid (Sugiyono, 2019:207).

Berikut disajikan bentuk perhitungan untuk uji validitas dengan rumus Pearson Product Moment :

$$r_{xy} = \frac{N \Sigma XY - \Sigma X \Sigma Y}{\sqrt{\{N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

X = Skor pertanyaan tiap nomor

Y = Jumlah skor total pertanyaan

N = Jumlah responden

2. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan pernyataan dari variabel, suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran Reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

- (1) *Repeated Measure* atau pengukuran ulang, disini seseorang akan diberikan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
- (2) *One Shot* atau pengukuran sekali saja, disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *Statistic Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel yang dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* >0.70 (sugiyono, 2019:213).

Brikut disajikan bentuk perhitungan untuk uji validitas dengan rumus *Cronbach Alpha* :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1}\right)\left(1 - \frac{\Sigma\sigma_t^2}{\sigma_t^2}\right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\Sigma\sigma_t^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

σ_t^2 = Varians total

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data yang diolah dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas. Uji asumsi tersebut secara lebih jelas diuraikan sebagai berikut.

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Ghozali (2016:103) menerangkan bahwa asumsi yang paling fundamental dalam analisis *multivariate* adalah normalitas, yang merupakan bentuk suatu distribusi data pada suatu variabel metrik tunggal dalam menghasilkan distribusi data pada suatu variabel metrik tunggal dalam menghasilkan distribusi normal, maka data tersebut tidak normal, sebaliknya data dikatakan normal apabila ia membentuk suatu distribusi normal. Apabila asumsi normalitas tidak dipenuhi dan penyimpangan normalitas tersebut besar, maka seluruh hasil uji statistik adalah tidak valid karena perhitungan uji “t” dan lain sebagainya, dihitung dengan asumsi data normal.

2. Uji Multikolinearitas

Husein (2016:139) mengatakan uji multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditentukan untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antar variabel independent. Jika terjadi korelasi kuat, terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi.

Kriteria pengambilan keputusan jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel Independent kurang dari 0,70 berarti tidak terjadi multikolinearitas yaitu nilai VIF (*Varian Inflation Factors*) <10. VIF dapat dihitung dengan rumus :

$$VIF = \frac{1}{Tolerance\ Value}$$

Tolerance Value dan VIF menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya atau dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat). *Tolerance Value* mengukur variabilitas variabel independen lainnya. Jadi , nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi karena $VIF = 1/Tolerance\ Value$.

Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance Value* ≥ 10 atau sama dengan $VIF \leq 10$ maka tidak terjadi multikolonearitas antar variabel independennya (Ghozali, 2016:103).

3. Uji Heteroskedastisitas

Husein (2016:19) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu observasi dengan yang lain. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*. Uji *glejser* mengusulkan untuk meregresi nilai *absolut* residual terhadap variabel independent, dengan rumus :

$$U_t = \alpha + \beta X_t + V_t$$

Kriterian terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya <0,05 yang berarti bahwa apabila signifikasinya >0,05 penelitian dapat dilanjutkan.

3.6.5 Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial) menurut pemaparan Sugiyono, 2019: 262).

1. Uji Serempak/Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak, dapat digunakan rumus

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

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel Anova hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut.

Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut :

$H_0 : \beta_i = 0$; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat
 $H_a : \beta_i \neq 0$; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan :

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa iklan, kemudahan dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa iklan, kemudahan dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*

Cara membaca F_{tabel} yaitu dengan menganalisis terlebih dahulu berapa DF1 dan DF2 dengan batas kritisnya 0,05. DF1 = 3 sesuai dengan jumlah variabelnya sedangkan DF2 = n-DF1-1 maka DF2 = 96-3-1 = 92 maka F_{tabel} -nya adalah 3,095.

2. Koefisien determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentasi 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 *table Model Summary* perhitungan dengan menggunakan SPSS.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:93).

Rumus uji t dijelaskan sebagai berikut :

$$t_{uji} = \frac{r\sqrt{n-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t_{uji} = t hitung

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

n-1 = Derajat kebebasan

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas (pengaruh iklan, kemudahan dan kepercayaan) terhadap variabel terikat (keputusan penggunaan e-wallet)

berpengaruh secara parsial atau terpisah. Hipotesa yang akan digunakan dalam pengujian ini adalah :

$H_0 : \beta_1 = 0$, artinya variabel-variabel bebas (iklan, kemudahan dan kepercayaan) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (keputusan penggunaan *e-wallet*).

$H_a : \beta_1 \neq 0$, artinya bahwa variabel-variabel bebas (iklan, kemudahan dan kepercayaan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (keputusan penggunaan *e-wallet*).

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

(1) Dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel}

Apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Apabila $t_{tabel} < t_{hitung}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha=5\%$), nilai *df* (*degree of freedom*) $n-k-1$.

(2) Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi

Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diteri H_a ditolak. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.