

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

3.1.1 Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah yang dapat membantu peneliti tentang urutan penelitian yang dilakukan.

Menurut (Sugiyono, 2018:1-2) metode penelitian merupakan:

“Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu berdasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah- langkah tertentu bersifat logis.”

Pada penelitian ini penulis bermaksud untuk menganalisa pengaruh atau keterkaitan antar variabel yang digunakan. Dengan variabel independen, yaitu *lifestyle*, persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap variabel dependen yaitu sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif analisis deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan survei.

Survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan) yang dilakukan dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang di sebarakan kepada responden yang telah di tentukan sebelumnya. Menurut (Sugiyono 2018:15) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan:

“Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang ditetapkan.”

Analisis deskriptif menurut (Sugiyono, 2018:226) metode penelitian analisis deskriptif adalah:

“Statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

Metode deskriptif yang ada dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana *lifestyle*, persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

Sedangkan metode analisis verifikatif menurut (Sugiyono,2016:55):

“Metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab dan akibat, antar variabel independen dan variabel dependen.”

Penelitian survei menurut (Sugiono, 2018:36) adalah sebagai berikut:

“Metode penelitian survey merupakan penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis

dari sampel yang diambil dan populasi tertentu. Teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara/kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.”

3.1.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dan dianalisis dalam penelitian. Objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Objek penelitian merupakan objek yang akan diteliti, yang dianalisis dan dikaji.

Menurut (Sugiyono, 2018:57) objek penelitian adalah :

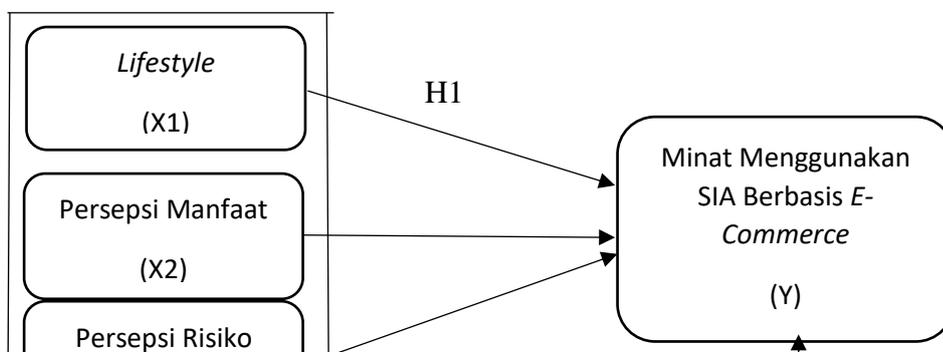
“Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Objek penelitian yang ditetapkan oleh penulis sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu pengaruh *lifestyle*, persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* . Adapun lokasi yang di pilih untuk melakukan penelitian adalah UMKM Rumah BUMN Bandung Bank BRI Jl. Jurang No.50, Pasteur, Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40161.

3.1.3 Model Penelitian

Model penelitian merupakan abstraksi dari kenyataan yang sedang diteliti.

Maka peneliti menggambarkan hubungan antar variabel sebagai berikut:



H2

H3

H4

Gambar 3.1
Model Penelitian

3.2 Variabel dan Dimensi

Menurut (Sugiyono 2018:55) variabel penelitian adalah:

“Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.”

Berikut adalah variabel-variabel penelitian yang digunakan beserta pengukurannya:

1. Variabel Independen / Variabel Bebas (X)

Menurut (Sugiyono,2018:57) variabel independen/bebas adalah:

“Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*, dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).”

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (independen variabel) yaitu:

a. *Lifestyle*/Gaya Hidup (X1)

Menurut Sutisna dan Heru Suprihadi (2017) definisi gaya hidup secara luas yaitu :

“Sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang lain menghabiskan waktu mereka (aktivitas) dilihat dari pekerjaan, hobi belanja, olah raga, dan kegiatan sosial serta *interest* (minat) terdiri dari makanan, mode, keluarga, rekreasi dan juga *opinion* (pendapat) terdiri dari mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, dan produk. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial ataupun kepribadian seseorang.”

Menurut Puranda dan Madiawati (2017:28), indikator gaya hidup terdiri dari

3 (tiga) yaitu :

1. *Activities* (Kegiatan) yaitu hobi, bekerja, hiburan, peristiwa sosial, liburan, komunitas, keanggotaan klub, olahraga, belanja.
2. *Interest* (Minat) faktor pribadi yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
3. *Opinion* (Opini) yaitu diri sendiri, politik, bisnis, masalah sosial, pendidikan, ekonomi, produk, budaya, masa depan.

b. Persepsi Manfaat (X2)

Menurut Davis (2019)

“Persepsi manfaat didefinisikan sebagai pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar penggunaan sebuah sistem dapat meningkatkan performa kinerjanya.”

Pada penelitian Andrean Septa Yogananda dan I Made Bayu Dirgantara (2017:4) mengemukakan bahwa persepsi manfaat terdiri dari empat indikator, yaitu:

a. Mempermudah transaksi

Merupakan suatu kondisi dimana kegiatan jual beli yang dilakukan lebih mudah dari biasanya.

b. Mempercepat transaksi

Merupakan suatu kondisi dimana proses jual beli dapat dilakukan dengan

waktu yang lebih cepat dari sebelumnya.

- c. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi

Merupakan suatu kondisi dimana dengan menggunakan sesuatu yang baru akan memberikan keuntungan yang lebih banyak setelah melakukan jual beli.

- d. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi

Merupakan suatu kondisi dimana dengan menggunakan sesuatu yang baru dalam melakukan jual beli maka akan meningkatkan efisiensi saat melakukan transaksi sehingga dapat meningkatkan kinerja dari usaha.

- c. Risiko (X3)

Menurut Darmawi (2014:21) :

“Risiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk/kerugian yang tak diinginkan, atau tidak terduga. Dengan kata lain kemungkinan itu menunjukkan adanya ketidak pastian. Ketidak pastian merupakan kondisi yang menyebabkan tumbuhnya resiko.”

Menurut Liau Xio (2014), Risiko yang dipersepsikan diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Risiko Produk
2. Risiko Psikologi
3. Risiko Finansial
4. Risiko Waktu
5. Risiko Pengiriman
6. Risiko Sosial

- 2. Variabel Dependen / Variabel Terikat (Y)

Menurut Hardanti dan Saraswati (2013) menyatakan SIA berbasis *E-Commerce* adalah :

“Sistem Informasi Akuntansi yang sudah memanfaatkan teknologi internet dalam pemrosesan transaksi.”

Menurut Delone dan McLean (2003), indikator dari Sistem Informasi Akuntansi Antara lain :

1. Adaptasi (*Adaptability*) yaitu suatu sistem informasi menunjukkan bahwa sistem informasi yang diterapkan tersebut memiliki kualitas yang baik. *Adaptability* yang dimaksud adalah kemampuan sistem informasi dalam melakukan perubahan-perubahan kaitannya dengan memenuhi kebutuhan pengguna serta mudah diadaptasikan di dalam organisasi perusahaan dan mudah di adaptasi oleh pengguna.
- 2 Ketersediaan (*Availability*) sistem tersebut tersedia untuk dioperasikan dan digunakan dengan mencantumkan pada pernyataan atau perjanjian tingkat pelayanan.
- 3 Keandalan Sistem (*Reliability*) sistem informasi yang berkualitas adalah sistem informasi yang dapat diandalkan. Jika sistem tersebut dapat diandalkan maka sistem informasi tersebut layak digunakan. Keandalan sistem informasi dalam konteks ini adalah ketahanan sistem informasi dari kerusakan dan kesalahan.
- 4 Waktu Respon (*Response Time*) waktu respon sistem, mengasumsikan respon sistem yang cepat atau tepat waktu terhadap permintaan akan informasi.
- 5 Kegunaan (*Usability*) usaha yang diperlukan untuk mempelajari, mengoperasikan, menyiapkan input, dan mengartikan output dari software.

3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk mencantumkan jenis dan indikator variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, operasionalisasi variabel ini dapat dijadikan sebagai penentu skala pengukuran dari masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan tepat. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1
Operasional Variabel Independen (X₁) *Lifestyle*

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
<i>Lifestyle</i> (X ₁) “pola hidup seseorang sebagaimana diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapat ini menggambarkan orang seutuhnya berinteraksi dengan lingkungannya” Philip Kotler dan Kevin Lane (2016:187)	1. Aktivitas	a. hobi b. bekerja c. belanja	Ordinal	1-3
	2. Minat	a. media b. pekerjaan	Ordinal	4-5
	3. Pendapat	a. masalah sosial b. pendidikan c. ekonomi d. budaya	Ordinal	6-9

Tabel 3.2
Operasional Variabel Independen (X₂) Persepsi Manfaat

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
Persepsi Manfaat (X ₂) “sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja.”	1. Produktivitas	a. kemampuan meningkatkan hasil yang dicapai b. efisiensi	Ordinal	10-11
	2. Kinerja Pekerjaan atau Efektivitas	a. kualitas kerja b. kuantitas c. ketepatan waktu	Ordinal	12-14
	3. Pentingnya Bagi Tugas	a. produktivitas	Ordinal	15-16
	4. Kebermanfaatn	a.	Ordinal	17-18

Jogiyanto (2019;933)	Secara Keseluruhan	menghasilkan prestasi kerja		
----------------------	--------------------	-----------------------------	--	--

Tabel 3.3
Operasional Variabel Independen (X3) Persepsi Risiko

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
Persepsi Risiko (X ₃) “risiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk/kerugian yang tak diinginkan.” Darmawi (2014: 21)	1. Risiko Produk	a. kesesuaian produk b. kualitas produk	Ordinal	19-20
	2. Risiko Psikologis	a. kepuasan pribadi b. pandangan teman c. pandangan keluarga	Ordinal	21-22
	3. Risiko Finansial	a. mengalami penipuan b. khawatir dengan kegagalan transaksi	Ordinal	23-24
	4. Risiko Waktu	a. waktu yang dihabiskan dalam pencarian produk menjadi sia-sia jika produk tidak sesuai	Ordinal	25
	5. Risiko Pengiriman	a. pengemasan yang kurang memadai sehingga produk rusak	Ordinal	26
	6. Risiko Sosial	a. merasa kecewa jika produk yang digunakan tidak sesuai dengan yang diharapkan	Ordinal	27

Tabel 3.4
Operasional Variabel Dependen (Y) Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
Sistem Informasi	1. Persepsi	a. interaksi dengan	Ordinal	28-31

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
Akuntansi Berbasis E-Commerce (Y)	Kemudahan	<p><i>e-commerce</i> jelas dan dapat dimengerti</p> <p>b.menggunakan <i>e-commerce</i> memudahkan transaksi pembelian secara online</p> <p>c.merasa mudah melakukan transaksi ketika menggunakan <i>e-commerce</i></p> <p>d.berfikir akan mudah untuk menjadi terampil dalam menggunakan <i>e-commerce</i></p>		
	2. Sikap	<p>a.menggunakan <i>e-commerce</i> sesuai dengan gaya hidup</p> <p>b.penggunaan <i>e-commerce</i> kompatibel Sebagian aktivitas transaksi</p> <p>c.menggunakan <i>e-commerce</i> ide yang bijaksana</p> <p>d.menggunakan <i>e-commerce</i> hal yang bermanfaat</p>	Ordinal	32-34
“Sistem Informasi Akuntansi SIA berbasis <i>e-commerce</i> adalah SIA yang sudah				

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
memanfaatkan teknologi internet dalam pemrosesan transaksi” (Hardanti dan Saraswati, 2013)	3. Niat Bertransaksi Online	a.menggunakan <i>e-commerce</i> untuk transaksi pembelian online b.akan mendapatkan informasi lebih tentang <i>e-commerce</i> c.akan melakukan pembayaran melalui <i>e-commerce</i>	Ordinal	35-37

3.4 Populasi Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2018: 136) populasi memiliki pengertian sebagai berikut:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek /subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek dan obyek itu”

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM di Rumah BUMN Bandung Bank BRI sebanyak 50.

Fashion sebanyak 14 UMKM

Makanan sebanyak 36 UMKM

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2018:131) definisi sampel ialah sebagai berikut :

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus

dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representatif (mewakili).”

Menurut Sugiyono (2019:81) teknik *sampling* adalah :

“Teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan.”

Teknik *sampling* pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

Menurut Sugiyono (2018:136) *Nonprobability sampling* adalah :

“Teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel.”

Selanjutnya Menurut Sugiyono (2019:131) *probability sampling* memiliki pengertian sebagai berikut :

“Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.”

Dalam penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan teknik yang diambil yaitu *sampling jenuh* (*sensus*).

Menurut Sugiyono (2019:133) *sampling jenuh* memiliki pengertian sebagai berikut :

“Teknik penelitian sampel apabila semua anggota populasi dijadikan sampel.”

Maka dari itu, penulis memilih sampel menggunakan teknik *sampling* jenuh karena jumlah populasi yang relatif kecil. Sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 50 orang.

3.4.3 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:131) definisi sampel ialah sebagai berikut :

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representatif (mewakili).”

3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber data primer.

Menurut Sugiyono, (2018:456)

“Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”

Data primer yang didapat dalam penelitian ini diperoleh dengan teknik pengumpulan data kuesioner yang dilakukan kepada responden yaitu UMKM di Kota Bandung.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018:445) teknik pengumpulan data memiliki pengertian sebagai berikut :

“Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data.”

Dalam penelitian ini data dan informasi dalam penelitian diperoleh melalui *field research* (penelitian lapangan) dengan menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner merupakan cara yang dirasa lebih akurat karena pengumpulan data menggunakan kuesioner berupa pertanyaan mengenai masalah penelitian yang berkaitan dengan *lifestyle*, persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

Menurut Sugiyono (2018:219) menjelaskan bahwa kuesioner (angket) adalah :

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti telah mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.”

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen dalam penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti dengan menjabarkan variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen berupa pertanyaan.

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran yaitu skala ordinal. Menurut Sugiyono (2019:98) Skala ordinal adalah Skala ordinal adalah skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat *construct* yang di ukur.

Dalam pemberian skor jawaban kuesioner peneliti menggunakan *Skala likert*.

Menurut Sugiyono (2018:158):

“Skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.”

Adapun alternatif jawaban menggunakan *skala likert* yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban kuesioner sebagai berikut:

Tabel 3.5
Instrumen Penelitian Kuesioner

<i>No</i>	<i>Pemilihan Jawaban</i>	<i>Bobot Nilai</i>
<i>1</i>	<i>Sangat Setuju/Sangat Mengetahui/Sangat Mampu</i>	<i>5</i>
<i>2</i>	<i>Setuju/Mengetahui/Mampu</i>	<i>4</i>
<i>3</i>	<i>Ragu-Ragu</i>	<i>3</i>
<i>4</i>	<i>Tidak Setuju/Tidak Mengetahui/Tidak Mengetahui</i>	<i>2</i>
<i>5</i>	<i>Sangat Tidak Setuju/Sangat Tidak Mengetahui/Sangat Tidak Mampu</i>	<i>1</i>

Sumber: Sugiyono (2019:149)

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner akan dikatakan valid apabila data yang diperoleh dari kuesioner dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan.

Menurut Sugiyono, (2018:198):

“Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Untuk menguji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat yang harus dipenuhi tersebut menurut (Sugiyono, 2016:178) harus memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Jika koefisien korelasi $r > 0,3$ maka item tersebut dinyatakan valid dan memiliki derajat ketepatan dalam mengukur variabel penelitian serta layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian
- b. Jika koefisien korelasi $r < 0,3$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid dan tidak layak diikuti sertakan dalam pengujian hipotesis penelitian.

Alat ukur yang digunakan dalam pengujian validitas adalah daftar pertanyaan yang telah diisi oleh responden dan akan di uji dengan rumus *Pearson Product Moment* :

$$r_{hitung} = \frac{n (\sum X_i \cdot Y_i) - (\sum X_i) \cdot (\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_i^2\} - \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
 n = Jumlah responden
 $\sum Y_i$ = Jumlah skor total (seluruh item)
 $\sum X_i$ = Jumlah skor item

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono 2019:348) penelitian reliabel adalah sebagai berikut:

“Apabila hasilnya reliabel maka terdapat kesamaan data dalam waktu berbeda. Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama”.

Uji reliabilitas kuesioner dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar.

Menurut (Sugiyono, 2019:184) suatu instrumen dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,6.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus *Spearman*

Brown menurut (Sugiyono, 2020:176) dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{n}{n-1} \times \left(\frac{\sum S_i^2}{\sum St^2} \right)$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas tes secara keseluruhan

n = Banyak butir soal (item)

$\sum S_i^2$ = Jumlah varian skor tiap item

$\sum St^2$ = Varian skor total

3.7 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov*. Menurut Ghozali (2018) dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* adalah:

- a. Jika signifikansi $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b. Jika signifikansi $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau bebas.

Menurut Ghozali (2018:105) :

“Tujuan uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki model yang didalamnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.”

Uji multikolinearitas dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai VIF < 10, berarti tidak terdapat multikolinieritas. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinieritas dalam data. Menurut Singgih Santoso (2019:197) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{VIF} = \frac{1}{\text{Tolerance}} \quad \text{atau} \quad \text{Tolerance} = \frac{1}{\text{VIF}}$$

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:135) :

“Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk menguji terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas maka dilihat dari nilai koefisien korelasi Rank Spearman antara masing-masing variabel bebas dengan variabel pengganggu.”

Apabila nilai probabilitas (sig) > dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:139).

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data bertujuan untuk menyederhanakan data sehingga lebih mudah dipahami. Data yang telah dikumpulkan kemudian akan di analisis untuk bahan pengambilan keputusan.

Menurut Sugiyono (2018:232) pengertian analisis data yaitu sebagai berikut :

“Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan.”

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2018:232) analisis deskriptif memiliki definisi sebagai berikut :

“Statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul

sebagaimana adanya tanpa bermaksud pembuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau regeneralisasi.”

Metode analisis deskriptif merupakan penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah untuk dipahami, dibaca dan diinterpretasikan. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden.

Peneliti akan melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden UMKM di Kota Bandung. Data yang telah terkumpul kemudian akan dihitung rata-rata nya menggunakan rumus :

$$Me = \frac{\sum xi}{n} \qquad Me = \frac{\sum yi}{n}$$

Keterangan :

Me = Rata-rata

$\sum xi$ = Jumlah Nilai X

$\sum yi$ = Jumlah Nilai Y

n = Jumlah Responden

Setelah didapat rata-rata dari masing-masing variabel kemudian dibandingkan dengan kriteria yang peneliti tentukan berdasarkan nilai terendah dan nilai tertinggi dari hasil kuesioner yaitu sebagai berikut :

1. Menentukan skor tertinggi dan terendah kuesioner dengan nilai tertinggi 5 dan nilai terendah 1.
 - a. Presentasi nilai tertinggi adalah 5 dibagi dengan skor ideal (5).
Nilai tertinggi = $5/5 \times 100\% = 100\%$
 - b. Nilai terendah adalah 1 dari yang di harapkan skor ideal (5), maka :
Nilai terendah = $1/5 \times 100\% = 20\%$
2. Menentukan Range

a. Nilai tertinggi – Nilai terendah

$$= 100\% - 20\%$$

$$= 80\%$$

3. Menentukan Interval Kriteria $\frac{\text{Nilai Range}}{\text{Nilai Interval}} = \frac{80\%}{5} = 16\%$

Maka diperoleh kriteria variabel *lifestyle* (X1) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.6
Kriteria *Lifestyle* (X1)

Nilai Interval	Kriteria
84% - 100%	Sangat Sesuai
68% - 83,9%	Sesuai
52% - 67,9%	Cukup Sesuai
36% - 51,9%	Tidak Sesuai
20% - 35,9%	Sangat Tidak Sesuai

Maka diperoleh kriteria variabel persepsi manfaat (X2) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.7
Kriteria Persepsi Manfaat (X2)

Nilai Interval	Kriteria
84% - 100%	Sangat Bermanfaat
68% - 83,9%	Bermanfaat
52% - 67,9%	Cukup Bermanfaat
36% - 51,9%	Tidak Bermanfaat
20% - 35,9%	Sangat Tidak Bermanfaat

Maka diperoleh kriteria variabel persepsi risiko (X3) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.8
Kriteria Persepsi Risiko (X3)

Nilai Interval	Kriteria
84% - 100%	Sangat Berisiko
68% - 83,9%	Berisiko
52% - 67,9%	Cukup Berisiko
36% - 51,9%	Tidak Berisiko
20% - 35,9%	Sangat Tidak Berisiko

Maka diperoleh kriteria variabel Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi berbasis *E-Commerce* (Y) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.9

Kriteria Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce Y*)

Nilai Interval	Kriteria
84% - 100%	Sangat Sesuai
68% - 83,9%	Sesuai
52% - 67,9%	Cukup Sesuai
36% - 51,9%	Tidak Sesuai
20% - 35,9%	Sangat Tidak Sesuai

3.8.2 Analisis Verifikatif

Analisis Verifikatif digunakan untuk mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan.

Menurut Sugiyono (2018:235) analisis verifikatif memiliki definisi sebagai berikut :

“Analisis verifikatif adalah metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga dapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis diterima atau ditolak.”

Dalam penelitian ini analisis verifikatif digunakan untuk menganalisis :

1. Seberapa besar pengaruh *lifestyle* terhadap minat menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*
2. Seberapa besar pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*
3. Seberapa besar pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*
4. Seberapa besar pengaruh *lifestyle*, persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*

3.9 Rancangan Analisis Data

3.9.1 *Method Of Successive Interval (MSI)*

Pada penelitian ini diperoleh jawaban kuesioner dari responden yang

menggunakan *skala likert*, dari hasil pengukuran tersebut maka akan diperoleh data ordinal. Agar dapat menganalisis data secara statistik, maka data tersebut dinaikan menjadi skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana adalah menggunakan *Method Of Interval* (MSI) dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mempersiapkan jawaban responden dari kuesioner yang telah disebarkan.
2. Menentukan frekuensi responden yang menjawab skor 1,2,3,4,5 untuk setiap pertanyaan.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif dengan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan.
5. Menentukan nilai z untuk setiap proporsi kumulatif.
6. Menentukan nilai skala dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Keterangan :

Density at Lower Limit = Nilai densitas batas bawah

Density at Upper Limit = Nilai densitas batas atas

Area Under Upper Limit = Area dibawah batas atas

Area Under Lower Limit = Area dibawah batas bawah

7. Setelah menentukan *Skala Value* (SV) maka nilai skala ordinal ke skala interval yaitu SV yang nilainya terkecil (harga negative terbesar) diubah menjadi sama dengan 1 (satu).

Untuk menentukan nilai transformasi terdapat rumus sebagai berikut :

$$\text{Trnasformed Scale Value} = Y = S_v + (S_{vmin}) + 1$$

8. Setelah mendapatkan nilai dari TSV maka nilai tersebut merupakan nilai skala interval.

3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Efektifitas Sistem Informasi Akuntansi

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X₁ = Pemanfaatan Teknologi Informasi

X₂ = Keahlian Pemakai

Berhubung data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data seluruh populasi atau menggunakan *sensus*, maka tidak dilakukan uji signifikansi. Menurut Cooper and Schindler (2014:430), uji signifikansi dilakukan untuk menguji keakuratan hipotesis berdasarkan fakta yang dikumpulkan dari data sampel bukan dari data *sensus*. Jadi untuk menjawab hipotesis penelitian, koefisien regresi, yang diperoleh langsung dibandingkan dengan nol, maka H₀ ditolak dan sebaliknya apabila semua koefisien regresi sama dengan nol, maka H₀ diterima.

3.9.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Arahnya dinyatakan dalam bentuk

hubungan antara dua variabel atau lebih. Arahnya dinyatakan dalam bentuk hubungan positif negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi.

Karena variabel diteliti adalah data rasio maka teknik *statistic* yang digunakan adalah *pearson sorrelation product moment*.

Menurut Sugiyono (2015:183) rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi *pearson*

x = Variabel Independen (*Lifestyle*, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko)

y = Variabel Dependen (Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*)

n = Banyak sampel yang diteliti

Koefisien korelasi r menunjukkan derajat korelasi antara variabel independent (X) dan variabel dependent (Y). Nilai koefisien harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ($-1 < r \leq +1$), yang menghasilkan beberapa kemungkinan, yaitu :

1. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif antara variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y.
2. Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang di uji, yang berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan Y dan sebaliknya.
3. Jika $r = 0$ atau mendekati 0, maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak

ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti.

Tabel 3.10
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,50-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2019:184)

3.9.4 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:63), menyatakan bahwa :

“Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.”

Hipotesis nol (H_0) merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan variabel dependen, sedangkan hipotesis alternatif (H_a) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

3.9.4.1 Uji Parsial (Uji -t)

Pengujian individual ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2017:184) rumus uji t sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

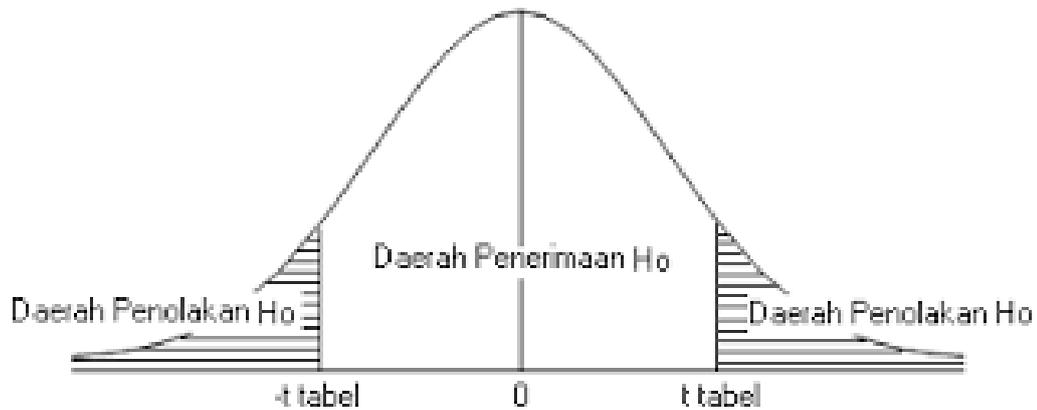
Keterangan :

t = Nilai Uji t

r = Koefisien Korelasi

r^2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah Sampel



Gambar 3.2

Uji t (Sugiyono,2017)

Apabila berdasarkan asumsi tingkat kepercayaan 95% dan taraf signifikan 5%. Setelah mendapatkan nilai t_{hitung} kemudian dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau jika $\alpha < 0,05$
2. Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau jika $\alpha > 0,05$

Adapun rancangan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H_0 : ($\beta_1 \neq 0$) *Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*.

H_0 : ($\beta_1 \neq 0$) Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*.

H_0 : ($\beta_1 \neq 0$) Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*.

H_0 : ($\beta_1 \neq 0$) *Lifestyle*, Persepsi Manfaat, dan Risiko berpengaruh signifikan

terhadap minat menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*.

3.9.4.2 Uji Kelayakan Model (Uji -f)

Menurut Ghozali (2016:98) uji kelayakan model yaitu untuk menguji apakah terdapat pengaruh signifikan secara keseluruhan terhadap model regresi. Uji pengaruh simultan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

F_{hitung} = Nilai uji f

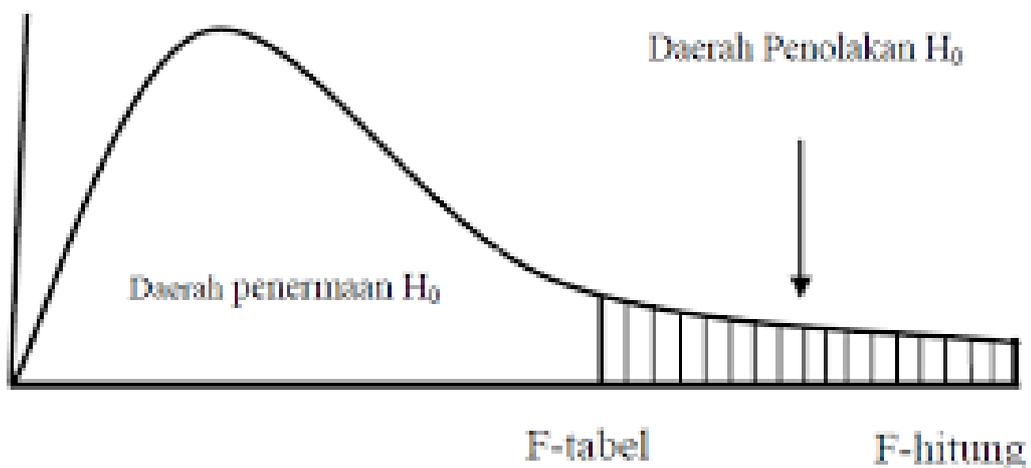
R^2 = Koefisien kerelasi berganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah variabel anggota sampel

Setelah mendapatkan nilai f kemudian dibandingkan dengan nilai f_{tabel} dengan tingkat signifikan sebesar 0,05. Adapun kesimpulan yang akan didapat :

- Tolak H_0 jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ terima H_a (terdapat hubungan)
- Terima H_0 jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ terima H_0 (tidak terdapat hubungan)



Gambar 3.3 Uji f (Ghozali, 2016)

3.9.5 Analisis Determinasi

Analisis determinasi adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel dependen dan variabel independen. Untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan Koefisien Determinasi (KD) menurut Damodar N Gujarati (2012:172) adalah sebagai berikut :

$$\mathbf{KD = Zero\ Order \times \beta \times 100\%}$$

Keterangan :

K_d = Koefisien Determinasi

Zero Order = Koefisien Korelasi

β = Koefisien beta

Untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan digunakan Koefisien Determinasi (KD) menurut Sugiyono (2017:257) menyatakan bahwa koefisien determinasi diperoleh dari koefisien korelasi pangkat dua, sebagai berikut :

$$\mathbf{Kd = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

1. Jika KD mendekati nol (0), berarti pengaruh independen terhadap variabel dependen lemah.
2. Jika KD mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3.10 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan alat yang digunakan dalam proses pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan maupun pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Selain itu, kuesioner dapat berupa pernyataan atau pertanyaan tertutup maupun terbuka. Tujuan dilakukannya penyusunan kuesioner ini agar peneliti bisa mengetahui variabel-variabel apa saja yang penting menurut responden.

Rancangan kuesioner yang dibuat oleh peneliti ini merupakan kuesioner tertutup yaitu jawaban dibatasi atau sudah ditentukan oleh peneliti. Kemudian kuesioner dibagikan kepada UMKM Di Kota Bandung. Kuesioner ini memuat x pertanyaan berdasarkan dimensi dari tiap indikator sebagaimana yang telah tercantum dalam operasional variabel.