

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

3.1.1. Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang dapat membantu menilite 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 independent, yaitu pengaruh kepercayaan, keamanan data pengguna dan *hedonic motivation* terhadap variabel dependen yaitu intensi penggunaan *e-wallet*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif analisis deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan survei.

Survei yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan) yang dilakukan dengan pengumpulan data melalui kuisisioner yang di sebarakan kepada responden yang telah ditentukan 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 ialah:

“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 persepsi kepercayaan, keamanan data pengguna dan *hedonic motivation* terhadap intensi penggunaan *e-wallet*.

Sedangkan metode analisis verifikatif menurut (Sugiyono, 2017:55)

“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 (Sugiyono, 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 :

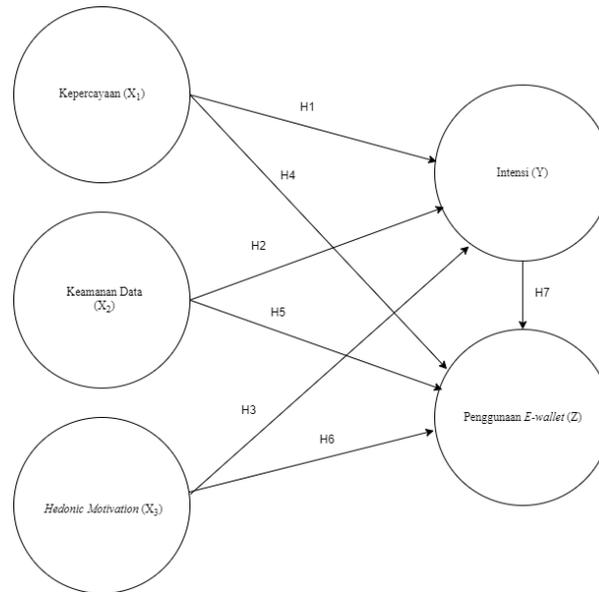
“Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Objek penelitian yang ditetapkan oleh penulis sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu persepsi kepercayaan, keamanan data pengguna dan *hedonic* motivation terhadap intensi penggunaan *e-wallet*. Adapun lokasi penelitian pada Universitas Pasundan yang berlokasi di Jl. Tamansari No. 6-8, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40116.

3.1.3. Model Penelitian

Model penelitian merupakan abstraksi dari kenyataan yang sedang diteliti.

Maka peneliti menggambarkan hubungan antar variabel sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Model Penelitian

3.2 Variabel Penelitian

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:

b. Kepercayaan (X_1)

Menurut (Nahla, 2019) kepercayaan (*trust*) yaitu setelah konsumen menggunakan produk secara langsung, ini akan menghasilkan kepercayaan dan kepuasan, kepercayaan ini kemudian membawa perasaan puas kepada konsumen. Setelah merasa puas dengan produk tersebut, konsumen cenderung tidak akan dengan mudah beralih ke produk lain

c. Keamanan Data Pengguna (X_2)

Menurut (Wijoyo, 2023) Keamanan data dalam sistem informasi akuntansi merupakan usaha untuk melindungi dan mengamankan aset informasi dari potensi ancaman yang dapat membahayakan kerahasiaan, ketersediaan, dan integritas seluruh aset informasi perusahaan.

d. *Hedonic Motivation* (X_3)

Menurut (Utami, 2010) motivasi hedonis yaitu motivasi konsumen untuk berbelanja dapat disebabkan oleh kesenangan tersendiri sehingga tidak memperhatikan manfaat produk yang dibeli.

2. Variabel Intervening (Y)

Menurut (Sugiyono, 2017:62) variabel intervening adalah:

“Variabel intervening merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel bebas dan variabel terkait, sehingga variabel bebas tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel terkait.”

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel intervening (Y) yaitu:

Intensi

Menurut Musta'anah (2023) pengertian intensi di definisikan sebagai perilaku individu yang terus menerus dilakukan terhadap suatu hal. Yang bisa diartikan seseorang yang akan terus menerus melakukan perilaku tersebut untuk mendapatkan apa yang dia inginkan. Intensi perilaku akan terbentuk dari suatu tindakan yang dipertimbangkan.

3. Variabel Dependen / Variabel Terkait (Z)

Dalam penelitian ini menjadi variabel terkait (dependen variabel) yaitu:

Penggunaan *e-wallet*

Menurut (Kotler & Keller, 2016:137) Minat menggunakan merupakan suatu hal yang timbul sesudah mendapat rangsangan dari produk yang dilihatnya, yang selanjutnya memunculkan ketertarikan untuk mencoba suatu produk tersebut.

3.3 Operasional Variabel

Operasional 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.

Berikut merupakan operasional variabel dalam penelitian ini antara lain:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel Independen (X₁) Kepercayaan

Variabel	Indikator	Item Kuisisioner	Skala	Item
Kepercayaan (X ₁) kepercayaan (<i>trust</i>) yaitu perilaku individu, yang mengharapkan seseorang agar memberi manfaat positif (Rifa'I., 2019)	1. Integritas	a. Saya percaya bahwa penyedia <i>e-wallet</i> konsisten dalam memenuhi janji-janji terkait layanan mereka? b. Saya percaya bahwa penyedia <i>e-wallet</i> tidak akan menyalahgunakan informasi pribadi saya?	Ordinal	1-2
	2. kejujuran	a. saya percaya bahwa platform <i>e-wallet</i> yang digunakan jujur dalam pengelolaan transaksi finansial saya? b. Saya percaya bahwa <i>e-wallet</i> yang anda gunakan tidak menyembunyikan biaya tersembunyi atau informasi penting dari saya?	Ordinal	3-4
	3. Kepedulian	a. Saya percaya bahwa <i>e-wallet</i> yang saya gunakan menunjukkan kepedulian terhadap keamanan data pribadi? b. Saya percaya bahwa <i>e-wallet</i>	Ordinal	5-6

Variabel	Indikator	Item Kuisisioner	Skala	Item
		yang saya gunakan memperhatikan masalah atau keluhan saya dengan serius?		
	4. Kesungguhan	a. Saya sering merasa bahwa <i>e-wallet</i> menunjukkan kesungguhan dalam memperbarui fitur keamanan dan perlindungan data pribadi saya? b. Saya percaya bahwa <i>e-wallet</i> yang saya gunakan berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi dan andal?	Ordinal	7-8
	5. Kemampuan	a. Saya percaya bahwa <i>e-wallet</i> yang saya gunakan memiliki kemampuan teknis yang memadai untuk menangani transaksi finansial saya dengan aman? b. Saya sering merasa bahwa <i>e-wallet</i> saya menunjukkan kemampuan yang baik dalam mengatasi masalah teknis atau gangguan layanan?	Ordinal	9-10

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Independen (X₂) Keamanan Data

Variabel	Indikator	Item Kuisisioner	Skala	Item
<p>Kemanan Data (X₂)</p> <p>Kemanan data dalam sistem informasi akuntansi merupakan usaha untuk melindungi dan mengamankan asset informasi dari potensi ancaman yang dapat membahayakan kerahasiaan, ketersediaan, dan integritas seluruh aset informasi Perusahaan</p> <p>(Wijoyo et al., 2023)</p>	1. Keaslian Data	<p>a. saya merasa aman bahwa <i>e-wallet</i> yang saya gunakan memastikan keaslian data pribadi saya tanpa pemalsuan atau modifikasi?</p> <p>b. Saya merasa aman bahwa <i>e-wallet</i> memiliki mekanisme yang efektif untuk memverifikasi keaslian data saya selama transaksi?</p>	Ordinal	11-12
	2. Penolakan	<p>a. saya merasa aman bahwa <i>e-wallet</i> yang saya gunakan memiliki kebijakan yang jelas dan efektif dalam menolak akses tidak sah terhadap data pribadi saya?</p> <p>b. saya merasa aman bahwa <i>e-wallet</i> menunjukkan kemampuan dalam menolak potensi ancaman terhadap keamanan data pribadi saya?</p>	Ordinal	13-14

Variabel	Indikator	Item Kuisisioner	Skala	Item
	3.Keselamatan	<p>a. saya merasa aman bahwa <i>e-wallet</i> yang saya gunakan telah mengimplementasikan teknologi yang efektif untuk memastikan keselamatan data selama transaksi?</p> <p>b. saya merasa aman bahwa <i>e-wallet</i> anda menyediakan Langkah-langkah keamanan yang memadai untuk melindungi data saya dari ancaman eksternal?</p>	Ordinal	15-16
	4.Privasi Online	<p>a. saya merasa aman bahwa <i>e-wallet</i> yang saya gunakan melindungi privasi online anda dengan baik dari akses yang tidak sah?</p> <p>b. saya merasa aman bahwa <i>e-wallet</i> memiliki kebijakan yang jelas dan efektif dalam menjaga privasi online saya?</p>	Ordinal	17-18
	5.Keabsahan	<p>a. saya merasa aman bahwa <i>e-wallet</i> yang saya gunakan memastikan keabsahan data saya dengan cara yang efektif dan dapat diandalkan?</p> <p>b. saya merasa aman bahwa <i>e-wallet</i> saya memiliki mekanisme yang kuat untuk memverifikasi keabsahan data yang saya berikan?</p>	Ordinal	19-20

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Independen (X₃) *Hedonic Motivation*

Variabel	Indikator	Item Kuisisioner	Skala	Item
<p><i>Hedonic Motivation</i> (X₃)</p> <p>motivasi hedonis yaitu motivasi konsumen untuk berbelanja dapat disebabkan oleh kesenangan tersendiri sehingga tidak memperhatikan manfaat produk yang dibeli.</p> <p>(Utami, 2010)</p>	1. <i>Adventure Shopping</i>	<p>a. saya merasa senang bahwa menggunakan <i>e-wallet</i> memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan dan penuh petualangan?</p> <p>b. saya merasa senang bahwa fitur-fitur <i>e-wallet</i> yang saya gunakan membuat saya merasa seperti sedang mengeksplorasi atau perualangan saat berbelanja?</p>	Ordinal	21-22
	2. <i>Shopping</i>	<p>a. saya merasa senang bahwa menggunakan <i>e-wallet</i> meningkatkan kesenangan saya saat berbelanja dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya?</p> <p>b. saya merasa senang bahwa <i>e-wallet</i> membuat proses belanja menjadi pengalaman yang lebih menyenangkan dan memuaskan bagi saya?</p>	Ordinal	23-24
	3. <i>Gratification Sopping</i>	<p>a. saya senang saat menggunakan <i>e-wallet</i> memberikan rasa kepuasan dan kenikmatan saat saya melakukan pembelian?</p> <p>b. saya senang merasa lebih puas dan bahagia dan selama proses</p>	Ordinal	25-26

Variabel	Indikator	Item Kuisisioner	Skala	Item
		berbelanja dibandingkan dengan metode pembayaran yang lain saat menggunakan <i>e-wallet</i> ?		
	<i>4.Idea Shopping</i>	a. saya merasa senang bahwa menggunakan <i>e-wallet</i> memicu ide-ide baru atau inspirasi saat saya berbelanja? b. saya senang bahwa <i>e-wallet</i> membantu dalam menemukan ide atau produk baru yang menarik selama pengalaman berbelanja?	Ordinal	27-28
	<i>5.Role Shopping</i>	a. saya merasa senang bahwa menggunakan <i>e-wallet</i> memungkinkan saya untuk merasakan berbagai peran atau identitas saat berbelanja? b. saya senang bahwa <i>e-wallet</i> mendukung peran saya dalam berbelanja, seperti memberikan fleksibilitas dalam pengeluaran atau kemudahan akses ke penawaran khusus?	Ordinal	29-30
	<i>6.Value Shopping</i>	a. saya merasa senang bahwa menggunakan <i>e-wallet</i> membantu saya mendapatkan nilai lebih dari setiap pembelian yang saya lakukan? b. saya senang menilai kepuasan saya saat menggunakan <i>e-wallet</i>	Ordinal	31-32

Variabel	Indikator	Item Kuisisioner	Skala	Item
		dalam hal mendapatkan nilai terbaik untuk uang yang saya belanjakan?		

Tabel 3. 4 Operasional Variabel Intervening (Y) Intensi

Variabel	Indikator	Item Kuisisioner	Skala	Item
Intensi (Y) pengertian intensi di definisikan sebagai perilaku individu yang terus menerus dilakukan terhadap suatu hal. Yang bisa diartikan seseorang yang akan terus menerus melakukan perilaku tersebut untuk mendapatkan apa yang dia inginkan. Intensi perilaku akan terbentuk dari suatu tindakan yang dipertimbangkan (Musta'anah et al., 2023)	1. keinginan untuk menggunakan	a. saya tertarik untuk mencoba fitur-fitur baru yang ditawarkan oleh <i>e-wallet</i> yang saya gunakan? b. saya sering merasa tertarik untuk menggunakan <i>e-wallet</i> setiap kali saya melakukan transaksi atau belanja	Ordinal	33-34
	2.selalu mencoba menggunakan	a. saya tertarik untuk berusaha menggunakan <i>e-wallet</i> setiap kali saya melakukan transaksi atau pembelian?	Ordinal	35-36

Variabel	Indikator	Item Kuisisioner	Skala	Item
		b. saya tertarik mencari cara baru untuk menggunakan <i>e-wallet</i> dalam situasi yang berbeda dari yang biasanya saya gunakan?		
	3.berlanjut yang akan datang	a.saya tertarik menggunakan <i>e-wallet</i> dalam transaksi dan pembelian saya dimasa depan? b. saya merasatertarik bahwa <i>e-wallet</i> akan menjadi bagian dari rutinitas belanja saya dimasa depan?	Ordinal	37-38

Tabel 3. 5 Operasional Variabel Dependen (Z) Penggunaan *e-wallet*

Variabel	Indikator	Item Kuisisioner	Skala	Item
Keputusan Penggunaan <i>e-wallet</i> (Z) Minat menggunakan merupakan suatu hal yang timbul sesudah mendapat rangsangan dari produk yang dilihatnya, yang selanjutnya memunculkan ketertarikan untuk mencoba suatu produk tersebut.	1.Kemantapan pada produk	a. saya seing menggunakan <i>e-wallet</i> karena biaya dan tarif yang dikenakan sebanding dengan manfaat yang saya terima? b. saya sering menggunakan <i>e-wallet</i> karena merasa bahwa <i>e-wallet</i> saya mengalami pembaruan atau fitur yang meningkatkan pengalaman?	Ordinal	39-40

Variabel	Indikator	Item Kuisioner	Skala	Item
(Kotler & Keller, 2016:137)				
	2.Kebiasaan dalam memakai produk	a. saya sering menggunakan <i>e-wallet</i> dalam melakukan sebuah transaksi berbelanja? b. saya sering menggunakan <i>e-wallet</i> untuk menetapkan tujuan tertentu, seperti mengumpulkan poin reward atau memanfaatkan penawaran khusus, saat menggunakan <i>e-wallet</i> ?	Ordinal	41-42
	3.Memberikan rekomendasi kepada orang lain	a. saya sering merekomendasikan <i>e-wallet</i> yang saying gunakan? b. saya sering merekomendasikan <i>e-wallet</i> karena pengalaman pribadi saya menggunakan <i>e-wallet</i> ?	Ordinal	43-44
	4.Melakukan pembelian ulang	a. saya sering melakukan pembelian ulang pada jenis produk atau layanan yang sama menggunakan <i>e-wallet</i> b. saya sering menggunakan fitur otomatis (seperti pembayaran langganan) melalui <i>e-wallet</i> untuk pembelian ulang?	Ordinal	45-46

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”

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian pada mahasiswa/i prodi Akuntansi angkatan 2020-2021 di Universitas Pasundan Bandung yang berlokasi di Jl. Tamansari No. 6-8, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40116. Pada penelitian ini, peneliti mengambil dua angkatan karena peneliti tertarik ingin mengetahui seberapa banyak mahasiswa yang tertarik menggunakan *e-wallet*.

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 *probability sampling* dengan teknik yang diambil yaitu *Proportionate Stratified Random Sampling*.

3.4.2.1. Ukuran Sampel

Pada penelitian ini untuk kriteria yang ditentukan untuk pengambilan sampel yaitu responden merupakan seorang mahasiswa/i Universitas Pasundan prodi Akuntansi angkatan 2020 dan 2021 aktif. Berikut jumlah mahasiswa yang masih aktif:

Tabel 3. 6 Jumlah Mahasiswa/I Aktif

Angkaatan	Jumlah Mahasiswa/I Aktif
2020	84

2021	103
Jumlah Populasi	187

Jumlah minimum sample yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 10 kali jumlah terbanyak indikator pengukuran pada salah satu variable (Hair, 2011). Dapat dilihat pada kerangka pemikiran bahwasannya terdapat jalur atau alur garis yang ada pada penelitian ini berjumlah 7 jalur, maka jumlah sample minimum pada penelitian ini adalah 70.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan, maka peneliti menggunakan formula Hair untuk mengukurnya (Hair, 2011):

Keterangan:

$$\begin{aligned}
 N &= \text{Jumlah Indikator Terbanyak} \times 10 \\
 &= 7 \times 10 \\
 &= 70
 \end{aligned}$$

Pada perhitungan rumus Hair diatas didapatkan sebesar 70 yang diartikan bahwa peneliti membutuhkan 70 sampel untuk penelitian ini.

3.4.2.2. Teknik Penarikan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah proses pemilihan sejumlah elemen dari populasi yang akan dijadikan sebagai sampel (Sekaran, 2006). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Proportionate Stratified Random Sampling*. *Proportionate Stratified Random Sampling* dilakukan dengan membagi populasi ke dalam sub populasi/strata secara proposional dan dilakukan secara acak

(Sekaran, 2006). Teknik pengambilan sampel dengan *Proportionate Stratified Random Sampling* dilakukan dengan mengumpulkan data jumlah mahasiswa/i akuntansi angkatan 2020 dan 2021 yang masih aktif yang kemudian ditentukan jumlah sampel yang dibutuhkan.

Menurut (Natsir, 2004) rumus untuk jumlah sampel masing-masing angkatan dengan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* adalah sebagai berikut:

$$\text{Jumlah Sampel Angkatan} = \frac{\text{Jumlah Angkatan}}{\text{Jumlah Populasi}} \times \text{Jumlah Sampel Total}$$

Tabel 3. 7 Jumlah Mahasiswa/I Aktif

Angkatan	Jumlah (Mahasiswa/I Aktif)
2020	84
2021	103
Jumlah Populasi	187

Berdasarkan tabel diatas, maka pengembalian sampel sesuai setiap angkataannya dapat dibuat gambaran statistik teknik penarikan sampel sebagai berikut:

1. Untuk Angkatan 2020 = $\frac{84}{187} \times 70 = 31,4 = 31$
2. Untuk Angkatan 2021 = $\frac{103}{187} \times 70 = 38,5 = 39$

Jumlah responden untuk angkatan 2020 sebanyak 31 orang dan untuk angkatan 2021 sebanyak 39 orang, sehingga total keseluruhan responden adalah 70 orang.

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, 2018:104)

“Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber data primer. Data primer yang didapat dalam penelitian ini diperoleh dengan teknik pengumpulan data kuesioner yang dilakukan kepada responden yaitu mahasiswa/i Akuntansi angkatan 2020 dan 2021 pada Universitas Pasundan.

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 persepsi kepercayaan, keamanan data pengguna dan *hedonic motivation* terhadap intensi penggunaan *e-wallet*.

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 Skala Pengukuran

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 diukur.

Dalam pemberian skor jawaban kuesioner peneliti menggunakan *Skala likert*. Menurut (Sugiyono, 2018:158)

“*Skala likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi 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. 8 Instrumen Penelitian Kuesioner

No	Pemikiran Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Percaya/Sangat Aman/Sangat Hedon/Sangat Tinggi/Sangat Sering	5
2	Percaya/Aman/Hedon/Tinggi/Sering	4
3	Cukup Percaya/Cukup Aman/ Cukup Hedon/Cukup Tinggi/Cukup Sering	3
4	Tidak Percaya/Tidak aman/Tidak Hedon/Tidak Tinggi/Tidak Pernah	2
5	Sangat Tidak Percaya/Sangat Tidak Aman/Sangat Tidak Hedon/Sangat Tidak Tinggi/Sangat Tidak Pernah	1

3.7 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.”

3.7.1. 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.”

Analisis deskriptif diperlukan guna merincikan dan menjelaskan data dalam bentuk yang mudah dipahami, dibaca, dan diinterpretasikan. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden.

Peneliti akan melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden mahasiswa/i Akuntansi angkatan 2020-2021 di Universitas Pasundan 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

$\sum y_i$ = 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).

$$\text{Nilai tertinggi} = 5/5 \times 100\% = 100\%$$

- b. Nilai terendah adalah 1 dari yang di harapkan skor ideal (5), maka :

$$\text{Nilai terendah} = 1/5 \times 100\% = 20\%$$

2. Menentukan Range

- a. Nilai tertinggi – Nilai terendah

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

$$= 80\%$$

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

Sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Kriteria variabel Kepercayaan (X_1) adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 9 Kriteria Kepercayaan

Nilai Interval	Kriteria
84% - 100%	Sangat Percaya

68% - 83,9%	Percaya
52% - 67,9%	Cukup Percaya
36% - 51,9%	Tidak Percaya
20% - 35,9%	Sangat Tidak Percaya

Kriteria variabel Keamanan (X_2) adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 10 Kriteria Keamanan Data

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

Kriteria variabel *Hedonic Motivation* (X_3) adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 11 Kriteria *Hedonic Motivation*

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

Kriteria variabel Intensi (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 12 Kriteria Intensi

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

Kriteria variabel Penggunaan *e-wallet* (Z) adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 13 Kriteria Penggunaan *e-wallet*

Nilai Interval	Kriteria
84% - 100%	Sangat Sering
68% - 83,9%	Sering
52% - 67,9%	Kadang Kadang
36% - 51,9%	Tidak Pernah
20% - 35,9%	Sangat Tidak Pernah

3.7.2. 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. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Intensi.
2. Apakah Keamanan Data berpengaruh terhadap Intensi.
3. Apakah *Hedonic Motivation* berpengaruh terhadap Intensi.
4. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Penggunaan *e-wallet*
5. Apakah Keamanan Data berpengaruh terhadap Penggunaan *e-wallet*
6. Apakah *Hedonic Motivation* berpengaruh terhadap Penggunaan *e-wallet*
7. Apakah Intensi berpengaruh terhadap Pengguna *e-wallet*.

3.8 Rancangan Analisis Data

3.8.1. Analisis Inferensial

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis, analisis yang dilakukan adalah analisis inferensial dengan menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Menurut (W. Abdillah & Jogiyanto, 2015) merupakan analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas dan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi). Analisis persamaan struktural (SEM) yang berbasis varian bertujuan untuk memprediksi model untuk pengembangan teori. (Supriyanto et al., 2019) menyatakan *Partial Least Square* merupakan metode analisis yang sangat kuat karena bisa digunakan untuk semua skaladata, tidak membutuhkan banyak asumsi, dan ukuran sampel juga tidak harus besar.

Partial Least Square (PLS) memiliki beberapa keunggulan sebagai berikut (Abdillah & Jogiyanto, 2015):

1. Dapat digunakan untuk memodelkan banyak variabel dependen dan variabel independen.
2. Dapat digunakan untuk mengelola masalah multikolinearitas antar variabel independen.
3. Hasil akan tetap kokoh (*robust*) walaupun terdapat data yang tidak normal dan hilang (*missing value*)

4. Menghasilkan variabel laten independent secara langsung berbasis *cross-product* yang melibatkan variabel laten dependen sebagai kekuatan prediksi.
5. Dapat digunakan pada konstruk reflektif dan formatif.
6. Dapat digunakan pada sampel kecil
7. Tidak mewajibkan data berdistribusi normal.
8. Dapat digunakan pada data yang bertipe skala berbeda, yaitu nominal, ordinal dan kontinu.

Dengan demikian tujuan peneliti untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan, keamanan data pengguna dan *hedonic motivation* terhadap intensi penggunaan *e-wallet* dapat dipenuhi dan terwujud dengan menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS). Teknik PLS ini digemari oleh para peneliti karena sebagai berikut:

1. Metode PLS tidak hanya digunakan untuk interaksi refleksi antara indikator dan variabel laten, tetapi juga digunakan untuk hubungan formatif.
2. Walaupun ukuran sampel yang kecil, PLS dapat dimanfaatkan untuk mengestimasi jalur model.
3. PLS dapat digunakan untuk model yang sangat rumit (dengan banyak variabel laten dan manifes) tanpa menghadapi masalah estimasi data.
4. PLS dapat diterapkan walaupun distribusi data sangat miring, ketika independensi data pengamatan tidak dapat dipastikan, PLS dapat digunakan tidak perlu asumsi distribusi.

Analisis PLS dibagi menjadi dua sub-model yaitu *Outer Model* dan *Inner Model*. *Outer Model* menggambarkan perkiraan kekuatan konstruk yang digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas, sedangkan *Inner Model* menggambarkan bagaimana indikator mewakili faktor laten untuk diukur.

3.8.1.1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model merupakan spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya disebut juga dengan *outer relation* atau *measurement model*, mendefinisikan karakteristik konstruk dengan variabel manifestnya. *Outer model* juga didefinisikan sebagai model pengukuran guna menilai validitas dan reliabilitas model. Melewati proses iterasi *algortima*, parameter model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*) diperoleh, termasuk nilai R^2 sebagai parameter ketepatan model prediksi (Abdillah & Jogiyanto, 2009).

Dalam Penelitian ini terdapat empat variabel laten yakni kepercayaan, keamanan data pengguna dan *hedonic motivation* dan intensi penggunaan *e-wallet*.

Outer model dengan indikator refleksif masing-masing dapat diukur dengan:

1. *Construct Validity* (Validitas Konstruk)

Validitas konstruk menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukuran sesuai teori-teori yang digunakan untuk mendefinisikan suatu konstruk. Korelasi yang kuat antara konstruk dan item-item pertanyaannya dan hubungan yang lemah dengan variabel lainnya merupakan salah satu cara untuk menguji validitas konstruk. Validitas konstruk terdiri atas validitas konvergen dan validitas diskriminan (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

a. *Convergen Validity* (Validitas Konvergen)

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrumen yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi. Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor*. *Rule of thumb* yang digunakan untuk validitas konvergen adalah *outer loading* > 0.7 , *communality* > 0.5 dan *average variance extracted* (AVE) (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Nilai 0,4 masih dapat diterima karena jika indikator tersebut relevan secara teoritis dan membantu hasil yang lebih baik (Hair, Sarstedt, et al., 2017).

b. *Discriminant Validity* (Validitas Diskriminan)

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Validitas diskriminan terjadi jika dua instrumen yang berbeda yang mengukur dua

konstruk yang diprediksi tidak berkolerasi menghasilkan skor yang memang tidak berkolerasi. Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstraknya. Metode lain yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Model mempunyai validitas diskriminan yang cukup besar jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

2. Uji Reliabilitas

Partial Least Square (PLS) juga melakukan uji reliabilitas selain uji validitas guna mengukur konsistensi internal alat ukur. Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan dua metode, yaitu *Cronbach's alpha* dan *Composite Reliability*.

Cronbach's alpha mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk sedangkan *Composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. *Rule of thumb* nilai *alpha* atau *Composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

3.8.1.2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R^2 untuk konstruk dependen, nilai koefisien *path* atau *t-values* tiap *path* untuk uji signifikansi antarkonstruk dalam model struktural. *Inner Model* mencakup lima langkah pengujian, yaitu Path Coefficient (β), R^2 (*Coefficient of Determination*), *t-test*, f^2 (*Effect Size*), dan Q^2 (*Predictive Relevance*). Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Rentang nilai R^2 adalah dari 0 hingga 1, dengan 0 menunjukkan tidak ada hubungan dan 1 menunjukkan hubungan yang sempurna (Hair et al., 2017). Jika nilai R^2 sebesar 0,7 artinya variasi perubahan variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 70 persen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diajukan (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

Nilai koefisien *path* (koefisien jalur) atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis, skor koefisien *path* atau *inner model* yang ditunjukkan oleh nilai *T-statistic*, harus di atas 1,96 untuk hipotesis dua ekor (*two-tailed*) dan di atas 1,64 untuk hipotesis satu ekor (*one-tailed*) untuk pengujian hipotesis pada alpha 5 persen dan *power* 80 persen. Menurut (Hair, Sarstedt, et al., 2017), koefisien jalur (*path coefficient*) menjelaskan hubungan hipotesis antara konstruksi, dan koefisien jalur memiliki standar nilai kira-kira -1 dan +1. Koefisiens jalur yang diperkirakan +1 mewakili hubungan positif yang kuat. Koefisien jalur yang mendekati -1 mewakili hubungan negatif yang kuat. Semakin dekat koefisien yang diestimasi ke

0, semakin lemah hubungannya, nilai yang sangat rendah mendekati 0 biasanya tidak berbeda secara signifikan dari nol (Hair et al., 2017).

3.8.2. Uji Hipotesis SEM-PLS

Secara umum metode *explanatory research* merupakan pendekatan metode yang menggunakan PLS. Hal ini disebabkan pada metode ini terdapat pengujian hipotesa. Menguji hipotesis dapat dilihat melalui nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t statistic yang digunakan adalah 1,96 (Hair et al., 2017). Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan adalah H_a diterima dan H_0 ditolak jika t-statistik $> 1,96$. Untuk menolak/menerima Hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a diterima jika nilai $p < 0,05$.

1. H_0 : Kepercayaan (X_1) tidak berpengaruh terhadap intensi pengguna (Y).
 H_1 : Kepercayaan (X_1) berpengaruh terhadap intensi pengguna (Y).
2. H_0 : Keamanan Data Pengguna (X_2) tidak berpengaruh terhadap intensi pengguna (Y).
 H_1 : Keamanan Data Pengguna (X_2) berpengaruh terhadap intensi pengguna (Y)
3. H_0 : *Hedonic Motivation* (X_3) tidak berpengaruh terhadap intensi pengguna (Y).
 H_1 : *Hedonic Motivation* (X_3) berpengaruh terhadap intensi pengguna (Y).
4. H_0 : Kepercayaan (X_1) tidak berpengaruh terhadap penggunaan *e-wallet* (Z).
 H_1 : Kepercayaan (X_1) berpengaruh terhadap pengguna *e-wallet* (Z).

5. H_0 : Keamanan Data Pengguna (X_2) tidak berpengaruh penggunaan *e-wallet* (Z).
 H_1 : Keamanan Data Pengguna (X_2) berpengaruh terhadap penggunaan *e-wallet* (Z).
6. H_0 : *Hedonic Motivation* (X_3) tidak berpengaruh terhadap penggunaan *e-wallet* (Z).
 H_1 : *Hedonic Motivation* (X_3) berpengaruh terhadap penggunaan *e-wallet* (Z).
7. H_0 : Intensi (Y) tidak berpengaruh penggunaan *e-wallet* (Z).
 H_1 : Intensi (Y) berpengaruh terhadap penggunaan *e-wallet* (Z).
8. H_0 : Kepercayaan (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* (Z) melalui intensi pengguna (Y)
 H_1 : Kepercayaan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* (Z) melalui intensi pengguna (Y)
9. H_0 : Keamanan data (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* (Z) melalui intensi pengguna (Y)
 H_1 : Keamanan data (X_2) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* (Z) melalui intensi pengguna (Y)
10. H_0 : *Hedonic Motivation* (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* (Z) melalui intensi pengguna (Y)
 H_1 : *Hedonic Motivation* (X_3) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* (Z) melalui intensi pengguna (Y)

3.9 Rancangan Kuisisioner

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 Mahasiswa/i Akuntansi Universitas Pasundan. Kuesioner ini bersifat tertutup, pernyataan membawa responden pada alternatif, jawaban yang diberikan dan ditentukan sebelumnya sehingga responden hanya perlu memilih apa yang telah dicantumkan.