

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian merupakan langkah-langkah yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi serta mengolah data yang telah dikumpulkan. Sugiyono (2022:2) menyatakan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Tujuan dari metode ini adalah untuk memberikan gambaran yang sistematis bagi peneliti tentang bagaimana prosedur penelitian akan dilakukan dalam rangka menyelesaikan dan menjawab rumusan masalah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2022:8), metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dalam metode ini menggunakan instrumen penelitian, di mana analisis datanya bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data penelitian yang berupa angka-angka tersebut kemudian akan diukur menggunakan perhitungan statistik untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Adapun penjelasan mengenai kedua pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan Deskriptif

Berdasarkan pernyataan Sugiyono (2022:147), metode deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik hanya

satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel yang lain.

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor 1 hingga 4. Tujuannya adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan tanggapan pengunjung mengenai nilai masing-masing variabel secara mandiri, yaitu bagaimana penilaian mereka terhadap Usability (X_1), Kualitas Informasi (X_2), Persepsi Keamanan (X_3), dan Minat Klik atau Click-Through Intention (Y) pada website Ledeng Motor Bandung.

2. Pendekatan Verifikatif

Menurut Sugiyono (2022:11), metode verifikatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistika, sehingga dapat diperoleh hasil pembuktian yang menunjukkan apakah sebuah hipotesis ditolak atau diterima. Dalam penelitian ini, pendekatan verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor 5 hingga 8. Tujuannya adalah untuk menguji dan membuktikan secara empiris seberapa besar pengaruh Usability, Kualitas Informasi, dan Persepsi Keamanan secara parsial maupun simultan terhadap Minat Klik (*Click-Through Intention*) pengunjung website Ledeng Motor Bandung.

3.2 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan komponen penting dalam penelitian yang berkaitan langsung dengan variabel-variabel yang tercantum dalam judul

maupun paradigma penelitian, serta dirumuskan dari permasalahan yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, variabel yang diteliti mencakup tiga variabel bebas (independen) yaitu *Usability* (X_1), Kualitas Informasi (X_2), dan Persepsi Keamanan (X_3), serta satu variabel terikat (dependen) yaitu Minat Klik atau *Click-Through Intention* (Y).

Tujuan dari definisi dan operasionalisasi ini adalah untuk memberikan kejelasan, membatasi ruang lingkup, serta memberikan konsistensi dalam proses pengumpulan dan analisis data, sehingga setiap variabel dapat diukur secara valid dan reliabel.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:38), variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Agar batasan penelitian ini menjadi jelas, maka perlu dijabarkan definisi konseptual (berdasarkan teori) dan definisi operasional (penerapan pada objek) dari masing-masing variabel. Berikut adalah definisi dari variabel-variabel dalam penelitian ini:

1. *Usability* (X_1)

Menurut Preece, Rogers, & Sharp (2023), *usability* adalah ukuran sejauh mana suatu produk digital bisa membantu penggunanya mencapai tujuan tertentu secara efektif, efisien, dan memuaskan di kondisi pemakaian yang sebenarnya. Untuk penerapan di lapangan, peneliti mengartikan *usability* sebagai pengalaman langsung pengunjung saat mengakses website Ledeng Motor Bandung. Hal ini mencakup seberapa lancar, cepat, dan nyaman

mereka saat menggeser menu navigasi, mencari informasi suku cadang, hingga mengisi formulir *booking* servis.

2. Kualitas Informasi (X_2)

Berdasarkan teori dari Stair & Reynolds (2023), kualitas informasi berkaitan dengan nilai guna suatu data digital bagi penggunanya. Informasi dianggap berkualitas jika isinya akurat, lengkap, dan selalu diperbarui (tepat waktu) sehingga bisa mempermudah konsumen dalam mengambil keputusan. Dalam penelitian ini, peneliti mendefinisikan kualitas informasi sebagai tingkat kelengkapan dan kebenaran data di website Ledeng Motor Bandung. Pengukuran operasional ini melihat kesesuaian harga, pembaruan stok suku cadang, serta jadwal mekanik yang tertera di layar gawai dengan kondisi asli di bengkel fisik.

3. Persepsi Keamanan (X_3)

Menurut Whitman & Mattord (2022) menjelaskan bahwa persepsi keamanan merupakan penilaian pribadi pengguna terhadap kemampuan suatu sistem digital dalam melindungi informasi penting. Hal ini termasuk seberapa kuat infrastruktur website menjaga kerahasiaan data pengguna saat proses pengiriman dan penyimpanan. Dalam ruang lingkup penelitian ini, persepsi keamanan bermakna seberapa yakin dan tenang perasaan pengunjung saat memasukkan data sensitif (seperti nama, nomor kontak, dan pelat kendaraan) ke dalam website Ledeng Motor Bandung. Peneliti ingin melihat apakah pengunjung percaya bahwa data mereka aman dari risiko kebocoran, peretasan, atau penyalahgunaan oleh pihak lain.

4. Minat Klik / *Click-Through Intention* (Y)

Menurut Damian Ryan (2023) mendefinisikan minat klik (*click-through intention*) sebagai keputusan sadar sekaligus kesiapan mental pengguna untuk merespons suatu konten digital. Tindakan mengeklik tombol atau tautan ini menjadi tanda utama bahwa pengguna mulai beralih dari sekadar melihat-lihat menjadi berinteraksi secara aktif. Secara praktis, peneliti mengukur minat klik sebagai dorongan atau ketertarikan pengunjung website Ledeng Motor Bandung untuk merespons fitur interaktif yang ada di layar. Niat ini terlihat dari kesediaan mereka untuk mengeklik rincian spesifikasi, menggunakan kolom pencarian produk, hingga akhirnya yakin menekan tombol utama untuk memesan jadwal servis (*booking online*).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan tahapan krusial dalam metode penelitian kuantitatif yang berfungsi menjembatani ranah teoritis (konseptual) dengan ranah empiris (pengukuran nyata di lapangan). Secara mendasar, variabel-variabel penelitian yang telah ditetapkan dalam suatu model konseptual sering kali masih bersifat abstrak dan berada pada tataran konstruk teoritis yang belum dapat diamati atau dihitung secara langsung. Oleh karena itu, operasionalisasi variabel diperlukan untuk menarik batasan-batasan konseptual menjadi ciri-ciri spesifik yang lebih substansial, konkret, dan terukur. Melalui proses ini, peneliti dapat merumuskan instrumen penelitian yang valid dan reliabel yang benar-benar sesuai dengan hakikat dari setiap variabel, sekaligus menghindari terjadinya ambiguitas atau perbedaan persepsi dalam penafsiran gejala yang sedang diteliti.

Dalam penelitian ini, operasionalisasi dilakukan secara sistematis terhadap empat variabel utama yang tertuang di dalam model penelitian, yaitu *Usability* (X_1), Kualitas Informasi (X_2), dan Persepsi Keamanan (X_3) selaku variabel bebas (*independent variables*), serta Minat Klik atau *Click-Through Intention* (Y) selaku variabel terikat (*dependent variable*). Proses penjabaran ini dilakukan secara hierarkis, bertitik tolak dari definisi konseptual masing-masing variabel yang bersumber dari landasan teori para ahli yang kredibel. Konsep-konsep abstrak tersebut kemudian dipecah ke dalam dimensi-dimensi perilaku yang lebih spesifik, lalu diturunkan kembali menjadi indikator-indikator empiris yang dapat diamati langsung pada perilaku pengguna saat berinteraksi dengan platform digital.

Indikator-indikator empiris yang telah dirumuskan tersebut selanjutnya ditransformasikan menjadi butir-butir ukuran yang dituangkan dalam bentuk item pernyataan kuesioner. Setiap item pernyataan dirancang menggunakan susunan kalimat deklaratif yang bersifat positif agar responden dapat memahami maksud dari setiap poin pertanyaan tanpa mengalami beban kognitif (*cognitive load*) yang berlebihan. Untuk melakukan kuantifikasi terhadap sikap, pendapat, dan persepsi pengunjung website Ledeng Motor Bandung, seluruh item instrumen diukur menggunakan Skala Likert dengan tingkat pengukuran jenis Ordinal. Penggunaan skala ini memungkinkan peneliti untuk memetakan gradasi respons psikologis responden secara presisi, mulai dari tingkatan yang paling negatif hingga tingkatan yang paling positif dengan rentang bobot nilai dari 1 sampai dengan 5. Struktur operasionalisasi yang terorganisasi dengan matang ini akan menjadi acuan mutlak dalam penyusunan instrumen pengumpulan data primer di lapangan. Secara lebih rinci, matriks operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dijabarkan pada Tabel 3.1 berikut:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Usability (X ₁) Sejauh mana sistem digital dapat digunakan pengguna untuk mencapai tujuan spesifik dengan efektivitas, efisiensi, dan kepuasan. (Preece, Rogers, & Sharp, 2023)	Efektivitas	Kemampuan menemukan informasi spesifik secara tepat.	Website Ledeng Motor memungkinkan saya menemukan informasi suku cadang yang tepat secara akurat.	Ordinal	1
		Keakuratan sistem dalam memberikan hasil pencarian.	Hasil pencarian di dalam website ini selalu relevan dengan kata kunci yang saya masukkan.	Ordinal	2
	Efisiensi	Kecepatan penyelesaian proses tugas/transaksi.	Saya dapat menyelesaikan proses reservasi (<i>booking</i>) servis di website ini dengan sangat cepat.	Ordinal	3
		Minimumnya tahapan navigasi untuk mencapai tujuan.	Saya tidak perlu melewati banyak halaman yang rumit untuk menemukan daftar harga layanan.	Ordinal	4
	Keamanan (<i>Safety</i>)	Ketersediaan peringatan kesalahan input (<i>error prevention</i>).	Terdapat pesan peringatan yang jelas jika saya salah memasukkan format data saat mengisi formulir.	Ordinal	5
		Ketersediaan fitur pembatalan/ perbaikan aksi.	Website ini memungkinkan saya untuk memperbaiki atau membatalkan input data sebelum dikonfirmasi.	Ordinal	6
	Utilitas	Kesesuaian fitur utama dengan kebutuhan operasional.	Fitur katalog suku cadang yang disediakan sangat membantu saya dalam memilih produk.	Ordinal	7
		Ketersediaan alat bantu penjadwalan.	Fitur jadwal mekanik di website ini sangat berguna untuk merencanakan waktu servis saya.	Ordinal	8
	Kemudahan Belajar	Kemudahan pemahaman tata letak pada kunjungan awal.	Tata letak (<i>layout</i>) website ini sangat mudah dimengerti bahkan saat pertama kali saya gunakan.	Ordinal	9

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	Daya Ingat	Kejelasan fungsi elemen interaktif (tombol/ikon).	Fungsi dari setiap tombol dan menu navigasi di website ini sangat jelas dan tidak membingungkan.	Ordinal	10
		Kemudahan mengingat cara navigasi setelah jeda waktu.	Saya masih ingat cara mencari produk di website ini meskipun sudah lama tidak membukanya.	Ordinal	11
		Konsistensi struktur navigasi yang memperkuat memori.	Penempatan menu yang konsisten membuat saya mudah mengingat letak informasi yang saya cari.	Ordinal	12
Kualitas Informasi (X ₂) Karakteristik informasi digital yang bernilai bagi pengguna, mencakup keakuratan, kelengkapan, dan ketepatan waktu. (Stair & Reynolds, 2023)	Akurasi	Kesesuaian harga website dengan kondisi aktual.	Harga suku cadang dan jasa yang tertera di website sama persis dengan harga di bengkel fisik.	Ordinal	13
		Kebenaran data teknis otomotif yang disajikan.	Spesifikasi teknis motor yang ditampilkan di website ini benar dan dapat dipertanggungjawabkan.	Ordinal	14
	Kelengkapan	Ketersediaan rincian seluruh kategori layanan.	Website ini menampilkan seluruh jenis paket layanan servis yang tersedia di Ledeng Motor secara menyeluruh.	Ordinal	15
		Ketersediaan deskripsi produk secara utuh.	Deskripsi spesifikasi dari setiap suku cadang motor dijelaskan secara detail dan terperinci.	Ordinal	16
	Ketepatan Waktu	Pembaruan data ketersediaan produk (<i>real-time</i>).	Informasi mengenai ketersediaan (stok) suku cadang di website ini selalu diperbarui secara berkala.	Ordinal	17
		Akurasi pembaruan jadwal operasional/mekanik.	Jadwal operasional bengkel dan ketersediaan mekanik yang ditampilkan sesuai dengan waktu saat ini.	Ordinal	18

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	Relevansi	Kesesuaian konten dengan solusi kendala kendaraan.	Artikel atau informasi perawatan motor di website ini sangat cocok dengan kendala kendaraan saya.	Ordinal	19
		Kesesuaian informasi paket dengan kebutuhan konsumen.	Informasi paket servis yang ditawarkan sangat relevan dengan kebutuhan perawatan rutin motor saya.	Ordinal	20
	Mudah Dipahami	Penggunaan gaya bahasa yang komunikatif dan lugas.	Kalimat yang digunakan untuk menjelaskan layanan bengkel sangat komunikatif dan mudah dicerna.	Ordinal	21
		Kejelasan penyajian istilah teknis bagi masyarakat awam.	Istilah teknis otomotif di website ini disajikan dengan penjelasan yang mudah dipahami oleh orang awam.	Ordinal	22
Persepsi Keamanan (X ₃) Evaluasi subjektif pengguna mengenai kemampuan sistem dalam melindungi informasi dan infrastruktur dari intervensi pihak luar. (Whitman & Mattord, 2022)	Kerahasiaan	Keyakinan perlindungan data kontak pribadi.	Saya yakin nomor telepon atau email saya tidak akan disebarluaskan oleh pengelola website.	Ordinal	23
		Keyakinan perlindungan identitas kendaraan.	Saya merasa aman mencantumkan nomor pelat kendaraan saya di formulir reservasi website ini.	Ordinal	24
	Integritas	Keyakinan terhadap keutuhan data transaksi yang dikirim.	Saya percaya bahwa data reservasi yang saya input tidak akan berubah secara tiba-tiba di sistem.	Ordinal	25
		Perlindungan infrastruktur dari manipulasi pihak luar.	Saya yakin website ini memiliki perlindungan agar data pelanggan tidak bisa dimanipulasi oleh peretas.	Ordinal	26
	Ketersediaan	Keandalan akses tanpa gangguan sistem (<i>downtime</i>).	Website Ledeng Motor selalu dapat diakses kapan saja tanpa mengalami gangguan server (<i>error</i>).	Ordinal	27

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	Privasi	Stabilitas pemuatan halaman (<i>loading</i>) situs.	Halaman website tetap bisa dimuat dengan stabil dan cepat meskipun sedang diakses banyak orang.	Ordinal	28
		Transparansi kebijakan penggunaan data pelanggan.	Website ini memiliki kebijakan privasi yang jelas mengenai bagaimana data saya akan dikelola.	Ordinal	29
		Pembatasan akses penggunaan data hanya untuk operasional.	Saya yakin data saya digunakan semata-mata murni untuk keperluan operasional pelayanan bengkel.	Ordinal	30
		Keamanan prosedur verifikasi interaksi pengguna.	Proses pengisian data diri dan pengiriman form di website ini terlihat sah, aman, dan meyakinkan.	Ordinal	32
Minat Klik (Y) Kesiapan psikologis pengguna untuk berinteraksi dengan menekan elemen interaktif yang memicu tindakan nyata. (Damian Ryan, 2023)	Keinginan Eksplorasi Informasi	Niat menelusuri detail rincian katalog produk/layanan.	Saya tertarik untuk mengeklik dan membaca lebih detail spesifikasi layanan/suku cadang di website ini.	Ordinal	33
		Niat menelusuri halaman informasi tambahan (artikel/promo).	Saya berminat mengeklik <i>banner</i> promo atau artikel tips perawatan motor yang ada di halaman situs.	Ordinal	34
	Ketertarikan Interaksi Fitur	Kemauan menggunakan fungsi fitur pencarian (<i>search bar</i>).	Saya berminat untuk mengeklik dan mencoba kolom pencarian barang/jasa di website ini.	Ordinal	35
		Kemauan menggunakan fungsi sortir/filter kategori.	Saya terdorong mengeklik menu kategori/filter guna menyortir suku cadang yang sesuai kebutuhan saya.	Ordinal	36
	Kesiapan Tindakan Transaksional	Kesiapan menekan elemen konversi operasional (reservasi)	Saya siap dan bersedia mengeklik tombol "Booking Servis" untuk menjadwalkan perbaikan motor.	Ordinal	37

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		Kesiapan menekan elemen komunikasi langsung (admin).	Saya tidak ragu untuk mengeklik tombol "Hubungi Kami/WhatsApp" untuk bertanya langsung kepada admin.	Ordinal	38

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam melakukan suatu penelitian, keberadaan objek atau subjek yang tepat sangat diperlukan agar permasalahan yang diangkat dapat dipecahkan secara ilmiah. Populasi merupakan keseluruhan elemen atau objek yang dijadikan target dalam penelitian, di mana penetapan batasan populasi ini menjadi dasar penting bagi peneliti untuk melakukan pengolahan data selanjutnya. Namun, untuk mempermudah pengelolaan data di lapangan serta menjaga efisiensi penelitian, peneliti dapat mengambil sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, yang disebut sebagai sampel. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan menggunakan teknik *sampling* tertentu yang relevan dengan rancangan metode penelitian. Adapun penjelasan mengenai batasan populasi serta penentuan besaran sampel dalam penelitian ini dipaparkan sebagai berikut:

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022:130), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi tersebut menegaskan bahwa populasi bukan sekadar jumlah total subjek atau objek yang ada, melainkan mencakup seluruh karakteristik, sifat, atau kualitas yang melekat pada subjek dan objek yang sedang diteliti tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, populasi yang ditetapkan adalah seluruh pengguna internet atau konsumen yang pernah mengakses dan melakukan kunjungan pada platform digital website Ledeng Motor Bandung. Mengingat karakteristik dari platform digital bersifat terbuka dan dinamis di mana aktivitas kunjungan situs dapat terjadi setiap saat tanpa adanya batasan geografis yang kaku maka jumlah total keseluruhan populasi pengunjung website ini tidak dapat dihitung secara pasti atau bersifat tidak terbatas (*unknown/infinite population*). Oleh karena itu, fokus populasi dalam penelitian ini lebih diarahkan pada populasi sasaran yang memiliki karakteristik atau pengalaman langsung dalam menavigasi serta mengeksplorasi fitur-fitur fungsional yang tersedia di dalam website Ledeng Motor Bandung.

Sebagai gambaran empiris mengenai eksistensi dan besaran ukuran populasi sasaran tersebut, peneliti menyajikan rekaman data analitik internal website Ledeng Motor Bandung. Data ini diperoleh melalui dasbor *MonsterInsights* untuk data lalu lintas kunjungan, serta dasbor administrator sistem untuk data interaksi transaksional (*booking servis*) pelanggan. Rincian aktivitas pengunjung tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3. 2
Data Aktivitas Pengunjung Website Ledeng Motor Bandung 2026

Metrik Interaksi Digital	Periode Waktu	Jumlah Terdata
Total Pengguna Aktif (<i>Active Users</i>)	30 Hari Terakhir	2.813 Pengguna
Total Tayangan Halaman (<i>Pageviews</i>)	30 Hari Terakhir	11.269 Tayangan
Total Reservasi Jadwal Servis	1 Feb – 17 Mei 2026	457 Reservasi
Total Omzet Riil (Penjualan)	1 Mei – 31 Juli 2026	Rp 315.588.963

Sumber: Data Internal Administrator Website Ledeng Motor Bandung, 2026

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas, tingginya tingkat aktivitas pengguna dan pencapaian transaksi penjualan (omzet riil) membuktikan bahwa website tersebut memiliki sasaran pengunjung yang nyata, aktif, dan bernilai komersial tinggi bagi

perusahaan. Namun, karena angka kunjungan ini terus berfluktuasi secara dinamis setiap harinya tanpa batasan waktu dan wilayah akses, total keseluruhan populasi pengunjung secara kumulatif tidak dapat dihitung dengan batasan angka yang mutlak. Hal inilah yang menjadi landasan kuat bagi peneliti untuk mengategorikan populasi dalam penelitian ini sebagai populasi yang tidak diketahui (*unknown population*).

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Karena batasan jumlah populasi dalam penelitian ini telah diketahui secara pasti, yaitu sebanyak 2.813 pengguna aktif, maka penentuan ukuran sampel minimum dilakukan menggunakan rumus agar kesimpulan yang diambil dapat merepresentasikan populasi secara proporsional.

Tingkat kesalahan yang ditoleransi oleh peneliti dalam perhitungan ini adalah sebesar 10% atau 0,10, yang mengindikasikan tingkat keakuratan penelitian sebesar 90%. Perhitungan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin dengan penjabaran sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan dalam sampel ini adalah 10%)

Berdasarkan rumus tersebut, maka proses perhitungan jumlah sampel minimum untuk penelitian ini adalah:

$$n = \frac{2.813}{1 + 2.813(0,10)^2}$$

$$n = \frac{2.813}{1 + 2.813(0,01)}$$

$$n = \frac{2.813}{1 + 28,13}$$

$$n = \frac{2.813}{29,13}$$

$$n = 96,56$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh ukuran sampel sebesar 96,56. Untuk mempermudah proses penyebaran kuesioner, meminimalisasi potensi data cacat, serta menjaga keakuratan data agar lebih representatif, peneliti membulatkan hasil perhitungan tersebut menjadi 100 orang responden.

Terkait dengan metode penarikan sampel, penelitian ini menggunakan pendekatan *non-probability sampling*. Secara spesifik, penelitian ini menerapkan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Teknik ini dipilih untuk memastikan bahwa responden yang mengisi kuesioner benar-benar sesuai dengan sasaran penelitian dan memiliki pengalaman yang relevan. Adapun kriteria responden yang ditetapkan meliputi individu yang pernah mengunjungi dan menavigasi website Ledeng Motor Bandung, memiliki kendaraan bermotor sebagai target potensial pengguna bengkel, serta berdomisili atau memiliki mobilitas di wilayah Kota Bandung dan sekitarnya. Selain itu, responden diwajibkan berusia minimal 17 tahun, dengan asumsi bahwa pada usia tersebut

mereka telah memiliki kedewasaan kognitif untuk memberikan penilaian dan keputusan secara objektif dalam mengisi instrumen penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam suatu penelitian, karena tujuan utama dari sebuah penelitian adalah mendapatkan data yang valid dan reliabel. Pemilihan teknik yang tepat akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui dua sumber utama, yaitu data primer dan data sekunder, dengan menggunakan beberapa metode yang disesuaikan dengan kebutuhan analisis.

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya tanpa melalui perantara. Pada penelitian ini, data primer dikumpulkan secara spesifik untuk menjawab pertanyaan penelitian terkait *Usability*, Kualitas Informasi, Persepsi Keamanan, dan Minat Klik pada website Ledeng Motor Bandung. Teknik pengumpulan data primer yang digunakan meliputi:

- a. Kuesioner (Angket): Menurut Sugiyono (2022:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan bersifat tertutup, di mana responden tinggal memilih alternatif jawaban yang telah disediakan. Kuesioner disebarkan secara daring (*online*) menggunakan fasilitas *Google Forms* kepada 100 responden yang telah memenuhi kriteria *purposive sampling*.

Pengukuran tanggapan responden dalam kuesioner ini menggunakan Skala Likert dengan lima tingkatan preferensi, mulai dari Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju.

- b. Observasi: Observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik yang melibatkan pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap antarmuka (*user interface*), tata letak navigasi, ketersediaan informasi, serta kelancaran sistem reservasi (*booking*) pada platform website Ledeng Motor Bandung. Observasi ini bertujuan untuk memahami pengalaman pengguna secara empiris sebelum menyusun butir-butir pernyataan kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Teknik pengumpulan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Studi Kepustakaan (*Library Research*): Pengumpulan data teoretis yang dilakukan dengan cara membaca, menelaah, dan mengkaji berbagai literatur yang berkaitan dengan variabel penelitian. Sumber literatur ini mencakup buku-buku referensi metodologi penelitian, buku teks pemasaran digital, jurnal ilmiah bertaraf nasional dan internasional,

serta publikasi akademik lainnya yang relevan dengan topik perilaku konsumen digital, dan keamanan sistem informasi.

- b. Dokumentasi Data Internal: Pengumpulan data melalui catatan atau dokumen historis dari institusi yang diteliti. Dalam hal ini, peneliti menghimpun data rekam jejak digital berupa metrik lalu lintas kunjungan dari dasbor analitik *MonsterInsights* (seperti *active users*, *pageviews*, *bounce rate*), serta data riwayat transaksi operasional dari dasbor administrator reservasi website Ledeng Motor Bandung. Data dokumentasi ini berfungsi sebagai landasan empiris untuk merumuskan fenomena masalah (*research gap*) serta dasar perhitungan populasi sasaran.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian yaitu uji untuk memperoleh hasil data apakah instrumen penelitian ini layak atau tidak untuk dipakai dalam penelitian ini. Uji instrumen penelitian terdiri dari dua kelompok yaitu uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2022:125). Valid mendeskripsikan instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah kuesioner.

Untuk mencari validitas, harus mengkorelasikan skor setiap pertanyaan dengan skor total seluruh pertanyaan. Jika memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,300 maka dinyatakan valid akan tetapi jika koefisien korelasinya dibawah 0,300 maka dinyatakan tidak valid. Skor Interval dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor Interval keseluruhan item. Cara menentukan nilai korelasi peneliti menggunakan rumus Pearson Product Moment, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{n(\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2) \{n(\sum Yi^2) - (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi

X : Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

Y : Skor total instrument

n : Jumlah responden dalam uji instrument

$\sum X$: Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Y$: Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

$\sum XY$: Jumlah hasil perkalian pengamatan variabel X dan variabel Y Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada dasarnya merupakan indikator yang digunakan untuk menilai tingkat keandalan dan keterpercayaan sebuah instrumen pengumpulan data. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa kuesioner mampu menghasilkan pengukuran yang konsisten dan stabil, meskipun digunakan berkali-kali pada subjek atau waktu yang berbeda untuk mengukur fenomena yang sama. Menurut Sugiyono (2022:268), reliabilitas mencerminkan derajat ketetapan dan stabilitas data. Apabila instrumen tidak memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, maka data yang dikumpulkan tidak dapat diolah lebih lanjut karena berisiko tinggi menghasilkan kesimpulan analisis yang tidak akurat dan bias.

Perlu digarisbawahi bahwa tahapan pengujian reliabilitas ini hanya boleh diterapkan pada butir-butir pernyataan kuesioner yang sebelumnya telah terbukti lolos pada tahapan uji validitas. Dalam penelitian ini, tingkat konsistensi instrumen akan diukur secara statistik menggunakan metode *Cronbach's Alpha* (α). Adapun rumus matematis dari pengujian *Cronbach's Alpha* diformulasikan sebagai berikut:

$$r_1 = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_1 = Koefisien reliabilitas instrumen

k = Jumlah butir pertanyaan yang valid

$\sum \alpha_b^2$ = Jumlah varians dari masing-masing butir

α_t^2 = Varians Total

Dasar pengambilan keputusan pada uji keandalan ini mengacu pada koefisien akhir yang dihasilkan. Apabila koefisien *Cronbach's Alpha* yang diperoleh mencapai angka **0,7** atau lebih ($\geq 0,7$), maka instrumen kuesioner tersebut dinyatakan reliabel dan layak disebarkan. Sebaliknya, apabila koefisien yang dihasilkan berada di bawah batas angka **0,7** ($< 0,7$), maka instrumen tersebut dinilai kurang andal sehingga konsistensi pernyataannya perlu ditinjau kembali.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Setelah seluruh data lapangan dari responden dan sumber sekunder terkumpul, langkah selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah melakukan analisis data. Menurut Sugiyono (2022:206), kegiatan analisis data mencakup proses pengelompokan data sesuai dengan karakteristik dan jenis variabel responden, menabulasi data, menyajikannya secara sistematis, serta melakukan perhitungan statistik. Tujuan utama dari keseluruhan proses ini adalah untuk menemukan jawaban atas rumusan masalah yang ada dan menguji kebenaran hipotesis yang telah disusun sebelumnya.

Untuk mempermudah proses kuantifikasi data, penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yang dilengkapi dengan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2022:146), Skala Likert merupakan metode yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, maupun pandangan seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial yang sedang diteliti. Melalui skala ini, setiap variabel penelitian dijabarkan menjadi indikator yang lebih spesifik. Indikator tersebut kemudian

dijadikan acuan dasar oleh peneliti dalam merumuskan butir-butir pernyataan kuesioner.

Setiap alternatif jawaban yang disediakan kepada responden memiliki tingkat gradasi yang terstruktur, mulai dari kategori sangat positif hingga sangat negatif. Untuk keperluan pengolahan data, setiap tanggapan tersebut diberikan bobot nilai tertentu yang rinciannya disajikan pada Tabel 3.3 berikut:

Tabel 3. 3
Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2022:147)

Mengacu pada pedoman Tabel 3.3 di atas, keseluruhan pernyataan di dalam kuesioner penelitian ini disusun menggunakan pendekatan pernyataan positif. Dengan demikian, penilaian dilakukan secara berurutan, yaitu bobot nilai tertinggi sebesar 5 (lima) diberikan untuk tanggapan Sangat Setuju, bobot 4 (empat) untuk tanggapan Setuju, bobot 3 (tiga) untuk Kurang Setuju, bobot 2 (dua) untuk Tidak Setuju, hingga bobot terendah sebesar 1 (satu) untuk jawaban Sangat Tidak Setuju.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran secara sistematis mengenai karakteristik data serta kecenderungan tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang sedang diteliti. Menurut Sugiyono (2022:147), analisis statistik deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terhimpun sebagaimana adanya, tanpa ada maksud

untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Peneliti menerapkan analisis deskriptif ini untuk membedah seluruh variabel yang masuk ke dalam model penelitian, yang mencakup variabel independen, variabel intervening, hingga variabel dependen.

Proses deskripsi data diawali dengan mengklasifikasikan seluruh akumulasi skor yang diperoleh dari lembar kuesioner responden. Guna mengidentifikasi bagaimana distribusi nilai dan tingkat perolehan skor pada setiap variabel, peneliti menyusun tabel distribusi frekuensi. Langkah selanjutnya adalah menghitung nilai skor rata-rata (*mean*) dari hasil jawaban responden dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Skor Rata - rata} = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}}$$

Setelah nilai rata-rata dari setiap butir pernyataan maupun variabel diperoleh, hasil hitung tersebut kemudian dimasukkan ke dalam kategori penilaian tertentu untuk melihat kecenderungan responsnya. Penentuan rentang atau panjang interval untuk setiap kategori dilakukan dengan menggunakan perhitungan Nilai Jenjang Interval (NJI) melalui rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Mengingat instrumen penelitian ini menggunakan Skala Likert dengan bobot nilai tertinggi adalah 5 (lima) dan bobot terendah adalah 1 (satu), serta dibagi ke dalam 5 (lima) kriteria pilihan jawaban, maka perhitungan panjang interval skalanya adalah sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skor} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

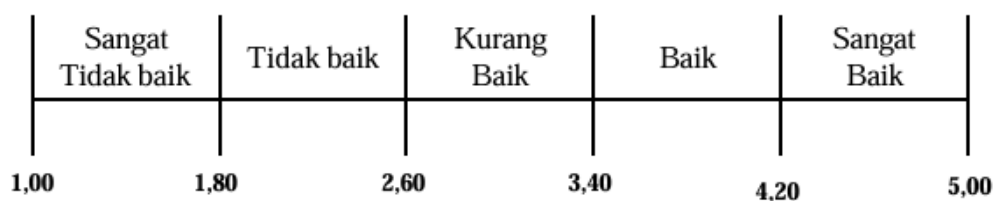
Berdasarkan hasil perhitungan rentang skor di atas, maka batasan interval beserta kriteria interpretasi skala untuk mengategorikan kecenderungan jawaban responden ditetapkan sebagaimana yang disajikan pada Tabel 3.4 berikut:

Tabel 3. 4
Kategori Skala

Interval	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Kurang Baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2022:134)

Untuk mempermudah proses interpretasi data dan mengetahui posisi kecenderungan jawaban responden secara visual, nilai rentang skala pengukuran di atas dapat dipetakan ke dalam sebuah alat bantu berupa garis kontinum seperti yang diilustrasikan pada Gambar 3.1 berikut:



Sumber: Sugiyono (2022)

Gambar 3. 1
Garis Kontinum

Berdasarkan pembagian pada Gambar 3.1 tersebut, rentang skor antara 1,00 hingga 1,80 mencerminkan hasil pengukuran yang sangat tidak baik, rentang skor 1,81 hingga 2,60 menunjukkan hasil yang tidak baik, rentang skor 2,61 hingga 3,40 menandakan kriteria yang kurang baik, rentang skor 3,41 hingga 4,20 mengindikasikan kriteria yang baik, dan rentang skor mulai dari 4,21 hingga 5,00 menunjukkan hasil pengukuran yang berada pada kategori sangat baik.

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan pendekatan penelitian yang diaplikasikan untuk melakukan pengujian terhadap suatu teori, guna membuktikan kebenaran hipotesis yang telah diajukan serta menarik kesimpulan apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau harus ditolak (Sugiyono, 2022:54). Secara esensial, analisis verifikatif difungsikan sebagai alat pembuktian ilmiah untuk mencari kejelasan matematis dari rumusan masalah yang sedang diangkat. Dalam konteks penelitian ini, analisis verifikatif digunakan untuk mengukur dan memastikan seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) terhadap variabel dependen (Y) pada operasional website Ledeng Motor Bandung.

3.6.2.1 *Method Of Successive Interval* (MSI)

Data primer yang diperoleh dari proses penyebaran instrumen kuesioner dengan Skala Likert pada dasarnya masih berwujud skala ukur ordinal. Agar data tersebut memenuhi syarat kelayakan uji asumsi parametrik dan dapat diolah menggunakan metode analisis *Multiple Linear Regression*, skala ukur ordinal tersebut perlu ditransformasikan terlebih dahulu agar setara dengan skala interval. Transformasi atau peningkatan level data ini dilakukan dengan memanfaatkan teknik statistik matematis yang dikenal sebagai *Method of Successive Interval* (MSI).

Adapun tahapan-tahapan prosedural dalam mengaplikasikan pengujian *Method of Successive Interval* (MSI) adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi jawaban dari setiap butir pernyataan kuesioner yang diberikan oleh responden (menghitung sebaran pilihan dari skor 1 hingga 5).

2. Menentukan jumlah responden yang memberikan tanggapan pada skor-skor tertentu dan menyatakannya dalam bentuk frekuensi absolut.
3. Membagi setiap angka frekuensi dengan jumlah keseluruhan responden untuk mendapatkan nilai proporsi.
4. Mengakumulasikan nilai proporsi tersebut untuk menentukan proporsi kumulatif yang nilainya akan mendekati sebaran kurva normal.
5. Menentukan nilai Z pada masing-masing titik batas berdasarkan tabel distribusi normal standar.
6. Menghitung Nilai Skala (*Scale Value* / SV) untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan formulasi sebagai berikut:

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

Keterangan:

SV	= Nilai Skala (<i>Scale Value</i>)
Density at lower limit	= Kepadatan distribusi pada batas bawah
Density at upper limit	= Kepadatan distribusi pada batas atas
Area under upper limit	= Luasan area di bawah batas atas
Area under lower limit	= Luasan area di bawah batas bawah

7. Menghitung skor hasil transformasi atau penyesuaian (*Transformed Scale Value*) untuk setiap opsi jawaban kuesioner menggunakan rumus berikut guna memastikan tidak ada nilai berskala negatif:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 + [SV_{\min}]$$

Untuk menjaga akurasi matematis dan meminimalisasi risiko kesalahan manusia (*human error*) dalam proses transformasi puluhan atau ratusan data dari

skala ordinal menuju skala interval tersebut, peneliti memanfaatkan integrasi alat bantu komputasi statistik berupa perangkat lunak *SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)*.

3.6.2.2 Analisis Multiple Linear Regression

Analisis *Multiple Linear Regression* adalah teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen yang berjumlah dua atau lebih terhadap satu variabel dependen. Menurut Sugiyono (2022:277), analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti apabila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik-turunkan nilainya).

Dalam konteks penelitian ini, analisis *Multiple Linear Regression* diaplikasikan untuk mengukur dan membuktikan secara empiris besaran pengaruh dari tiga variabel independen, yaitu *Usability* (X_1), Kualitas Informasi (X_2), dan Persepsi Keamanan (X_3) terhadap variabel dependen, yaitu Minat Klik (Y) pada platform website Ledeng Motor Bandung. Penggunaan metode ini didasarkan pada asumsi bahwa keputusan pengguna untuk melakukan interaksi di dalam website tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh kombinasi dari berbagai faktor fungsionalitas dan keamanan sistem secara bersamaan.

Adapun bentuk persamaan matematis dari model *Multiple Linear Regression* yang digunakan dalam penelitian ini diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Minat Klik (*Click-Through Intention*))

- α = Nilai Konstanta (besarnya nilai Y apabila X_1 , X_2 , dan X_3 bernilai 0)
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi (besaran perubahan pada Y untuk setiap perubahan 1 unit pada variabel X)
- X_1 = Variabel Independen 1 (*Usability*)
- X_2 = Variabel Independen 2 (Kualitas Informasi)
- X_3 = Variabel Independen 3 (Persepsi Keamanan)
- e = *Error term* atau unsur gangguan (faktor lain di luar model yang memengaruhi Y)

Pengolahan data untuk perhitungan *Multiple Linear Regression* berganda ini akan dilakukan secara komputasi dengan bantuan perangkat lunak statistik (SPSS) agar hasil koefisien yang didapatkan memiliki tingkat akurasi yang tinggi. Hasil dari persamaan regresi ini nantinya akan digunakan sebagai dasar dalam melakukan pengujian hipotesis penelitian.

3.6.2.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melaksanakan pengujian hipotesis menggunakan model *Multiple Linear Regression*, model tersebut harus terlebih dahulu memenuhi persyaratan statistik agar data yang dihasilkan valid, tidak bias, dan dapat diandalkan secara ilmiah. Persyaratan ini dikenal dengan istilah uji asumsi klasik. Menurut Ghazali (2021), pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang digunakan memenuhi kaidah *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Apabila model regresi telah memenuhi seluruh asumsi dasar ini, maka estimasi koefisien regresi yang dihasilkan dianggap akurat dan representatif. Dalam penelitian

ini, pengujian asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu (residual) memiliki distribusi data yang normal atau setidaknya mendekati normal. Ghazali (2021) menegaskan bahwa uji t dan uji F pada analisis regresi mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal; jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk ukuran sampel kecil.

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan melalui dua instrumen pengujian komputasi dari SPSS, yaitu:

- a) Analisis Grafik (*Normal P-P Plot*): Pendekatan visual yang mengevaluasi pola distribusi data. Kriteria kelulusannya adalah data dinyatakan berdistribusi normal apabila titik-titik (data) menyebar di sekitar garis diagonal dan arah penyebarannya mengikuti garis diagonal tersebut.
- b) Uji Statistik Non-Parametrik (*Kolmogorov-Smirnov*): Pendekatan statistik yang digunakan untuk memvalidasi hasil uji visual agar lebih objektif. Berdasarkan standar Ghazali (2021), dasar pengambilan keputusannya adalah: jika nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) lebih besar dari tingkat kesalahan 0,05 ($> 0,05$), maka data residual dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan) yang kuat atau sempurna antarvariabel bebas (*independent variables*). Menurut Ghozali (2021), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi di antara variabel bebasnya. Jika antarvariabel bebas (dalam hal ini *Usability*, Kualitas Informasi, dan Persepsi Keamanan) saling berkorelasi tinggi, maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal, yang mengakibatkan kesulitan dalam memisahkan pengaruh masing-masing variabel secara presisi terhadap variabel dependen.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas, peneliti menggunakan besaran nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Mengacu pada kriteria Ghozali (2021), patokan pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antarvariabel bebas.
- b) Jika nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 , maka dapat disimpulkan bahwa terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Menurut Ghozali (2021), jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka fenomena tersebut dinamakan homoskedastisitas, yang merupakan syarat mutlak bagi

model regresi yang ideal. Sebaliknya, jika variansnya berbeda, maka hal tersebut disebut heteroskedastisitas, yang dapat merusak validitas hasil estimasi regresi.

Deteksi terhadap gejala heteroskedastisitas secara statistik dan objektif dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser. Metode ini dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut residual (*Abs_Res*) terhadap seluruh variabel independen. Kriteria pengambilan keputusannya didasarkan pada tingkat signifikansi dengan acuan sebagai berikut:

- a) Jika nilai probabilitas signifikansi (Sig.) dari variabel independen lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$), maka disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai probabilitas signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$), maka disimpulkan bahwa terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.6.2.4 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan perluasan dari analisis korelasi sederhana yang difungsikan untuk mengukur derajat, kekuatan, serta arah hubungan antara dua atau lebih variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap satu variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel *Usability* (X_1), Kualitas Informasi (X_2), dan Persepsi Keamanan (X_3) secara serentak terhadap variabel Minat Klik (Y).

Besarnya tingkat keeratan hubungan antarvariabel tersebut dinyatakan dalam bentuk angka yang disebut sebagai koefisien korelasi berganda, yang

disimbolkan dengan huruf R. Formulasi matematis dasar untuk menghitung besaran nilai koefisien korelasi berganda adalah sebagai berikut:

$$\frac{\sqrt{JK_{regresi}}}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi

Nilai koefisien korelasi berganda (R) pada dasarnya selalu bernilai positif dan berada pada rentang angka antara 0 hingga 1 ($0 \leq R \leq 1$). Semakin nilai R mendekati angka 1, maka hal tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara kumpulan variabel independen dengan variabel dependen terjalin semakin kuat. Sebaliknya, apabila nilai R mendekati angka 0, maka tingkat hubungannya dianggap semakin lemah.

Untuk mempermudah dalam memberikan interpretasi dan penilaian yang objektif mengenai tingkat kekuatan hubungan antarvariabel tersebut, peneliti menggunakan tabel pedoman klasifikasi rentang interval koefisien korelasi yang dikemukakan oleh Sugiyono (2022). Rincian pedoman tersebut disajikan pada Tabel 3.5 berikut:

Tabel 3. 5
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2022)

3.6.2.5 Analisis Koefisien Determinasi (K_d)

Analisis koefisien determinasi (K_d) merupakan instrumen statistik yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menurut Ghozali (2021), nilai koefisien determinasi mencerminkan proporsi atau persentase dari total variasi variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas secara bersama-sama.

Dalam konteks penelitian ini, analisis koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi pengaruh yang diberikan secara simultan oleh variabel *Usability* (X_1), Kualitas Informasi (X_2), dan Persepsi Keamanan (X_3) terhadap naik turunnya tingkat Minat Klik (Y) pada platform website Ledeng Motor Bandung.

Untuk menghitung besaran persentase pengaruh tersebut, nilai koefisien korelasi berganda (R) dikuadratkan. Formulasi matematis untuk mencari nilai koefisien determinasi (K_d) dinyatakan sebagai berikut:

$$K_d = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

K_d = Nilai koefisien determinasi (persentase pengaruh)

R^2 = Kuadrat dari koefisien korelasi berganda

100% = Faktor pengali untuk mengonversi nilai desimal menjadi persentase

Nilai koefisien determinasi selalu berada di rentang angka antara 0 (nol) hingga 1 (satu). Apabila nilai R^2 yang diperoleh bernilai kecil atau mendekati angka nol, hal tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan fluktuasi variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya, apabila nilai R^2 mendekati angka 1 (satu), maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel

independen (*Usability*, Kualitas Informasi, dan Persepsi Keamanan) memberikan hampir seluruh informasi empiris yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi pada Minat Klik pengguna.

Adapun sisa dari persentase yang tidak mampu dijelaskan oleh model penelitian ini, yang perhitungannya diperoleh dari $(100\% - K_d)$, diinterpretasikan sebagai kontribusi pengaruh dari faktor-faktor atau variabel lain di luar ruang lingkup model penelitian ini yang tidak ikut diteliti (lazim disebut sebagai *error term* atau unsur pengganggu).

3.6.2.6 Pengujian Hipotesis

Hipotesis pada dasarnya merupakan dugaan atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang kebenarannya harus dibuktikan secara empiris melalui serangkaian proses pengumpulan dan pengolahan data (Sugiyono, 2022:64). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan membuktikan secara statistik apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (*Usability*, Kualitas Informasi, dan Persepsi Keamanan) terhadap variabel dependen (Minat Klik) di website Ledeng Motor Bandung. Pengujian hipotesis ini akan dilakukan melalui dua tahapan, yaitu uji signifikansi simultan (Uji F) dan uji signifikansi parsial (Uji t), dengan berpedoman pada tingkat kesalahan atau taraf signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$ (5%).

3.6.2.6.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F, atau yang sering disebut sebagai uji koefisien regresi secara bersama-sama, difungsikan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model penelitian memiliki pengaruh secara serentak (simultan) terhadap variabel dependen.

Hipotesis statistik yang dirumuskan untuk pengujian simultan ini adalah sebagai berikut:

$$1. H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

Artinya, tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *Usability*, Kualitas Informasi, dan Persepsi Keamanan secara simultan terhadap Minat Klik.

$$2. H_1 : \text{Minimal ada satu } \beta_i \neq 0$$

Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *Usability*, Kualitas Informasi, dan Persepsi Keamanan secara simultan terhadap K Minat Klik.

Formulasi matematis untuk menghitung nilai statistik F_{hitung} adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{(n - k - 1)R^2}{k(1 - R^2)}$$

Keterangan:

F = Nilai F_{hitung}

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel penelitian

Dasar pengambilan keputusan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis dilakukan dengan membandingkan probabilitas nilai signifikansi (Sig.) pada tabel ANOVA (hasil *output* SPSS) dengan batas $\alpha = 0,05$:

1. Jika nilai Sig. $\leq 0,05$ (atau $F_{hitung} > F_{tabel}$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai $\text{Sig.} > 0,05$ (atau $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.2.6.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk melihat secara terpisah apakah *Usability* (X_1), Kualitas Informasi (X_2), dan Persepsi Keamanan (X_3) masing-masing memberikan kontribusi yang berarti terhadap Minat Klik (Y).

Hipotesis statistik yang diuji secara parsial dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh X_1 terhadap Y

- a) $H_0 : \beta_1 = 0$

Usability secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Klik.

- b) $H_1 : \beta_1 \neq 0$

Usability secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Klik.

2. Pengaruh X_2 terhadap Y

- a) $H_0 : \beta_2 = 0$

Kualitas Informasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Klik.

- b) $H_1 : \beta_2 \neq 0$

Kualitas Informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Klik.

3. Pengaruh X_3 terhadap Y

a) $H_0 : \beta_3 = 0$

Persepsi Keamanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Klik.

b) $H_1 : \beta_3 \neq 0$

Persepsi Keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Klik.

Adapun persamaan matematis untuk mencari besaran nilai t_{hitung} dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

t = Nilai t_{hitung}

r = Nilai korelasi parsial

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independent

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji parsial ini didasarkan pada perbandingan antara nilai probabilitas signifikansi (Sig.) masing-masing variabel dengan $\alpha = 0,05$:

1. Jika nilai Sig. $\leq 0,05$ (atau $t_{hitung} > t_{tabel}$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Artinya, variabel independen tersebut secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai Sig. $> 0,05$ (atau $t_{hitung} > t_{tabel}$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Artinya, variabel independen tersebut secara individual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data utama yang digunakan dalam penelitian ini guna menghimpun informasi primer secara langsung dari lapangan. Menurut Sugiyono (2022:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, yang kemudian diberikan secara satu per satu kepada responden yang berhubungan langsung dengan objek tersebut. Penyusunan rancangan kuesioner ini bertujuan untuk mengonversi persepsi, penilaian, dan pengalaman aktual pengguna ke dalam bentuk data kuantitatif yang dapat diukur secara statistik dan objektif.

Di dalam kuesioner penelitian ini, terdapat rangkaian butir pernyataan yang diturunkan secara operasional dari indikator-indikator variabel *Usability* (X_1), Kualitas Informasi (X_2), Keamanan (X_3), dan Minat Klik (Y) pada platform website Ledeng Motor Bandung. Setiap pernyataan dirancang dengan kalimat yang terstruktur agar mudah dipahami, tidak menimbulkan penafsiran ganda, dan sepenuhnya relevan dengan rumusan masalah serta hipotesis yang telah ditetapkan.

Instrumen kuesioner yang disebarkan kepada responden dirancang menggunakan format tertutup. Kuesioner tertutup berarti bahwa setiap butir pernyataan yang diajukan telah dilengkapi dengan pilihan alternatif jawaban yang spesifik, sehingga responden tidak perlu menyusun jawaban bebas di luar opsi yang telah disediakan. Dalam pelaksanaannya, responden cukup memberikan tanda atau memilih opsi pada skala yang tersedia berdasarkan penilaian pribadi mereka saat mengakses website Ledeng Motor Bandung. Skala pengukuran yang memandu kerangka jawaban responden dalam kuesioner ini disusun berpedoman pada rentang penilaian Skala Likert.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penetapan lokasi dan waktu penelitian dilakukan atas dasar pertimbangan efisiensi, relevansi, serta akurasi perolehan data primer yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini. Adapun rincian mengenai penentuan lokasi dan linimasa pelaksanaan penelitian dijabarkan sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan secara daring (*online*) serta observasi langsung dengan menetapkan target sasaran objek pada para konsumen atau pengguna internet yang mengakses dan berinteraksi dengan platform website Ledeng Motor Bandung. Pemilihan lokasi (objek digital) ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Ledeng Motor Bandung merupakan unit usaha bengkel yang sedang mengoptimalkan layanan digitalnya, sehingga sangat relevan untuk dievaluasi dari segi fungsionalitas antarmuka dan keamanannya.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian merupakan rentang linimasa yang digunakan oleh peneliti untuk melaksanakan seluruh tahapan kegiatan ilmiah. Proses pelaksanaan penelitian ini yang mencakup tahapan penyusunan rancangan proposal, bimbingan, perumusan instrumen kuesioner, penyebaran kuesioner kepada responden sasaran, hingga pengolahan dan analisis data statistik dilaksanakan terhitung mulai dari bulan April 2026 sampai dengan selesai.