

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan prosedur sistematis yang digunakan peneliti untuk memperoleh data, menganalisis data, dan menarik kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian bertujuan mengukur hubungan dan pengaruh antarvariabel melalui data yang diperoleh dari responden dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Saunders et al. (2023) menjelaskan bahwa pemilihan metode penelitian perlu disesuaikan dengan tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, sumber data, serta teknik analisis yang digunakan.

Metode survei digunakan karena data utama penelitian diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner. Penggunaan kuesioner dengan skala Likert juga lazim digunakan dalam penelitian mengenai penerimaan teknologi. Sebagai contoh, (Siagian et al., 2022) menggunakan kuesioner lima tingkat Likert untuk menguji hubungan *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived usefulness*, dan *trust* terhadap *behavioral intention* pada platform pembayaran digital. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi Kepercayaan Teknologi (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Persepsi Manfaat (X3) dan Minat Klik (Y) pada konsumen Sentra Rengginang Kota Banjar.

Pendekatan verifikatif digunakan untuk menguji pengaruh Kepercayaan Teknologi, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Klik. Model

penelitian tersebut sejalan dengan perkembangan penelitian Technology Acceptance Model (TAM) yang banyak menggunakan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* untuk menjelaskan penerimaan dan kecenderungan perilaku pengguna terhadap teknologi. Meta-analisis terhadap 74 penelitian mengenai kepercayaan pada platform digital juga menunjukkan bahwa faktor penerimaan teknologi, termasuk *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, merupakan faktor yang relevan dalam menjelaskan perilaku kepercayaan pada platform digital

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan karakteristik atau atribut yang mempunyai variasi tertentu pada objek penelitian dan dapat diamati serta diukur. Operasionalisasi variabel diperlukan agar konsep yang bersifat abstrak dapat diterjemahkan menjadi indikator yang dapat diukur melalui instrumen penelitian. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel, yaitu:

1. Kepercayaan Teknologi (X1)
2. Persepsi Kemudahan (X2)
3. Persepsi Manfaat (X3)
4. Minat Klik (Y)

Variabel tersebut kemudian dijabarkan ke dalam dimensi dan indikator yang digunakan sebagai dasar penyusunan pernyataan kuesioner.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian harus memiliki variasi, karena sesuatu disebut variabel apabila nilainya dapat berbeda antar objek yang diteliti. Sugiyono mencontohkan bahwa berat badan, motivasi, dan persepsi termasuk variabel karena nilainya tidak sama antara satu orang dengan orang lain (Sugiyono, 2023).

Selain itu, variabel juga dapat dipahami sebagai karakteristik atau atribut dari individu maupun organisasi yang bisa diamati atau diukur, serta nilainya beragam pada subjek yang sedang diteliti (Sugiyono, 2023). Berdasarkan konsep tersebut, variabel dalam penelitian ini dikelompokkan sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X)

Sugiyono menjelaskan bahwa variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel dependen (Sugiyono, 2023). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Kepercayaan Teknologi (X1)

Kepercayaan merupakan salah satu faktor penting dalam interaksi pengguna dengan teknologi dan platform digital. Pada lingkungan digital, kepercayaan berkaitan dengan keyakinan pengguna terhadap karakteristik sistem, keamanan, privasi, keandalan, serta kemampuan teknologi dalam menjalankan fungsi yang diharapkan. Meta-analisis terbaru mengenai *trusting intention* pada platform digital menunjukkan bahwa faktor seperti keamanan, privasi, keandalan sistem, dan karakteristik teknologi merupakan aspek yang sering digunakan dalam menjelaskan pembentukan kepercayaan pengguna.

Penelitian (Siagian et al., 2022) menunjukkan bahwa *perceived security*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *trust* dapat ditempatkan dalam pengembangan TAM untuk menjelaskan *behavioral intention* pada platform pembayaran digital. Berdasarkan uraian tersebut, Kepercayaan Teknologi (X1) dalam penelitian ini didefinisikan sebagai keyakinan konsumen Sentra Rengginang Kota Banjar bahwa teknologi digital yang digunakan dalam memperoleh informasi

dan melakukan aktivitas transaksi dapat memberikan keamanan, keandalan, perlindungan privasi serta dapat digunakan dengan baik. Indikator: Security, reliability, privacy, usability

b. Persepsi Kemudahan (X2)

Perceived Ease of Use atau persepsi kemudahan merupakan salah satu konstruk utama dalam Technology Acceptance Model. Konstruk ini berkaitan dengan sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi tidak membutuhkan usaha yang besar. Penelitian mengenai TAM tetap menempatkan perceived ease of use sebagai salah satu konstruk penting dalam menjelaskan penerimaan teknologi. Meta-analisis terhadap platform digital juga mengidentifikasi perceived ease of use sebagai salah satu faktor penerimaan teknologi yang relevan dengan perilaku pengguna.

Penelitian (Dandi & Ridanasti, 2024) menggunakan perceived ease of use, perceived usefulness, dan trust dalam menjelaskan intention to use TikTok Shop berdasarkan pendekatan TAM. Berdasarkan uraian tersebut, Persepsi Kemudahan (X2) dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tingkat keyakinan konsumen Sentra Rengginang Kota Banjar bahwa teknologi digital yang berkaitan dengan produk dapat dipahami, dipelajari, digunakan, dan dioperasikan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Indikator: Fleksibilitas, kemudahan berinteraks, kemudahan digunakan, kemudahan dipelajari

c. Persepsi Manfaat (X3)

Perceived Usefulness atau persepsi manfaat merupakan konstruk utama dalam TAM yang menggambarkan keyakinan pengguna bahwa penggunaan

teknologi dapat memberikan manfaat dalam menyelesaikan aktivitas tertentu. Penelitian mengenai platform digital menunjukkan bahwa perceived usefulness merupakan salah satu faktor penting dalam penerimaan teknologi. Meta-analisis terhadap 74 studi menemukan bahwa perceived usefulness termasuk faktor dengan pengaruh kuat dalam menjelaskan trusting intention pada platform digital. Penelitian di Indonesia mengenai digital banking juga secara khusus menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan aplikasi digital banking.

Berdasarkan uraian tersebut, Persepsi Manfaat (X3) dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tingkat keyakinan konsumen Sentra Rengginang Kota Banjar bahwa penggunaan teknologi digital dapat memberikan manfaat dalam memperoleh informasi dan melakukan aktivitas transaksi secara lebih mudah, cepat, aman dan efisien. Indikator yang digunakan adalah: Mempermudah transaksi, mempercepat transaksi, keuntungan tambahan, rasa aman, efisiensi.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen (Amruddin, 2022). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah:

a. Minat Klik (Y)

Minat Klik merupakan kecenderungan individu untuk melakukan tindakan klik terhadap informasi, promosi, tautan, atau katalog digital setelah menerima atau melihat informasi mengenai suatu produk. Dalam konteks penelitian ini, Minat Klik ditempatkan sebagai bentuk behavioral intention dalam lingkungan digital.

Penelitian mengenai TAM menunjukkan bahwa konstruk intention digunakan untuk menjelaskan kecenderungan individu melakukan perilaku tertentu setelah terbentuknya persepsi terhadap teknologi. (Siagian et al., 2022) misalnya, menggunakan behavioral intention sebagai variabel yang dijelaskan oleh konstruk penerimaan teknologi dan kepercayaan.

Penelitian (Dandi & Ridanasti, 2024) menunjukkan penggunaan konstruk intention to use dalam model yang memasukkan trust, perceived ease of use, dan perceived usefulness. Dengan demikian, Minat Klik (Y) dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kecenderungan atau keinginan konsumen Sentra Rengginang Kota Banjar untuk mengklik informasi, promosi, tautan, atau katalog digital yang berkaitan dengan produk Sentra Rengginang Kota Banjar. Indikator yang digunakan terdiri atas: Niat mengklik, keinginan memperoleh informasi, kesediaan membuka tautan/katalog digital, kemungkinan mengklik promosi di masa mendatang

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel dilakukan agar setiap variabel dalam penelitian dapat diukur secara jelas melalui indikator yang diturunkan dari konsep variabel. Sugiyono menjelaskan bahwa variabel perlu dijabarkan menjadi indikator, kemudian indikator tersebut digunakan sebagai dasar penyusunan butir pertanyaan atau pernyataan dalam instrumen penelitian (Sugiyono, 2023).

Oleh karena itu, dalam penelitian ini variabel Kepercayaan Teknologi (X_1), Persepsi Kemudahan (X_2), Persepsi Manfaat (X_3) dan Minat Klik (Intention to Click) (Y) diuraikan ke dalam indikator-indikator yang kemudian disajikan dalam tabel operasionalisasi variabel sebagai acuan dalam penyusunan kuesioner.

Tabel 3. 1

Operasionalisasi Variabel Penelitian

N0	Variabel	indikator	Ukuran	Skala	No
1	Kepercayaan Teknologi (X ₁) Kepercayaan teknologi adalah keinginan individu berdasarkan ekspektasi masing-masing bahwa teknologi dapat diprediksi, handal dan bermanfaat. (Azizah, 2018)	Security (Keamanan)	Sistem pembayaran digital yang digunakan di Sentra Rengginang Kota Banjar memberikan rasa aman saat digunakan dalam transaksi	interval	1
			Penggunaan teknologi digital dalam transaksi tidak menimbulkan kekhawatiran terkait penyalahgunaan data	interval	2
		Reliability (Keandalan)	Sistem teknologi yang digunakan dalam transaksi dapat berfungsi dengan baik tanpa gangguan berarti	interval	3
			Teknologi digital yang digunakan mampu mendukung kelancaran proses transaksi	interval	4
		Privacy (Privasi)	Data pribadi tetap terjaga saat melakukan transaksi menggunakan teknologi digital	interval	5

N0	Variabel	indikator	Ukuran	Skala	No
			Informasi pengguna tidak digunakan di luar kepentingan transaksi	interval	6
		Usability (Kemudahan Penggunaan)	Teknologi digital yang digunakan dalam transaksi mudah dipahami oleh konsumen	interval	7
			Penggunaan sistem digital dalam transaksi tidak menimbulkan kesulitan	interval	8
2	Persepsi Kemudahan (X₂) Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha atau dapat diartikan pula keadaan dimana seseorang meyakini bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha. (Akhnes Noviyanti, 2021)	Fleksibilitas	Teknologi digital di Sentra Rengginang Kota Banjar dapat digunakan dengan mudah sesuai kebutuhan konsumen	interval	9
			Penggunaan teknologi digital tidak terbatas oleh waktu maupun kondisi tertentu	interval	10
		Kemudahan Berinteraksi	Interaksi dengan sistem teknologi yang digunakan berlangsung dengan lancar	interval	11
			Tampilan dan fitur teknologi digital mudah dipahami saat digunakan	interval	12
		Kemudahan Digunakan	Proses penggunaan teknologi digital	interval	13

N0	Variabel	indikator	Ukuran	Skala	No
			dalam transaksi tidak rumit		
			Sistem digital dapat digunakan tanpa mengalami kendala berarti	interval	14
		Kemudahan Dipelajari	Cara penggunaan teknologi digital dapat dipahami dalam waktu yang relatif singkat	interval	15
			Proses mempelajari penggunaan teknologi digital tidak memerlukan usaha yang besar	interval	16
3	Persepsi Manfaat (X₃) Persepsi Manfaat merupakan ukuran dimana penggunaan teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi penggunaanya. (Kurnianingsih et al., 2020)	Mempermudah Transaksi	Penggunaan teknologi digital membantu mempermudah proses pembayaran	interval	17
			Transaksi menjadi lebih praktis dengan adanya teknologi digital	interval	18
		Mempercepat Transaksi	Proses transaksi dapat dilakukan dengan lebih cepat menggunakan teknologi digital	interval	19
			Waktu yang dibutuhkan dalam melakukan pembayaran menjadi lebih singkat	interval	20

N0	Variabel	indikator	Ukuran	Skala	No
		Keuntungan Tambahan	Penggunaan teknologi digital memberikan manfaat tambahan dalam bertransaksi	interval	21
			Teknologi digital memberikan nilai lebih dibandingkan metode transaksi secara langsung	interval	22
		Rasa Aman	Transaksi menggunakan teknologi digital memberikan rasa aman bagi konsumen	interval	23
			Penggunaan sistem digital meningkatkan kepercayaan dalam bertransaksi	interval	24
		Efisiensi	Teknologi digital membantu menghemat waktu dalam proses transaksi	interval	25
			Proses transaksi menjadi lebih efisien dengan adanya teknologi digital	interval	26
4	Minat Klik/Intention to Click (Y) Minat Klik didefinisikan yaitu tautan penting dalam mengubah konsumen peramban potensial	Niat Mengklik	Saya tertarik mengklik informasi produk Sentra Rengginang Kota Banjar yang muncul di media digital.	interval	27

N0	Variabel	indikator	Ukuran	Skala	No
	menjadi pembeli yang sebenarnya. (Yin et al., 2025)		Saya cenderung mengklik promosi produk yang ditawarkan	interval	28
		Keinginan Memperoleh Informasi	Saya tertarik mencari informasi lebih lanjut mengenai produk rengginang yang dipromosikan.	interval	29
			Saya mengklik informasi produk untuk mengetahui detail produk yang ditawarkan.	interval	30
		Kesediaan Membuka Tautan/Katalog Digital	Saya bersedia membuka katalog digital produk yang dibagikan.	interval	31
			Saya tertarik membuka tautan yang memuat informasi produk terbaru.	interval	32
		Kemungkinan Mengklik Promosi di Masa Mendatang	Saya akan mengklik promosi Sentra Rengginang Kota Banjar di masa mendatang.	interval	33
			Saya memiliki kemungkinan tinggi untuk mengklik penawaran produk berikutnya.	interval	34

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, penentuan populasi dan sampel sangatlah krusial agar data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian serta hasilnya mampu merepresentasikan objek studi secara akurat. Menurut Sugiyono, populasi merujuk pada kumpulan objek atau subjek dengan kualitas dan ciri khusus yang ditentukan peneliti sebagai wilayah generalisasi untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya (Amiruddin, 2022). Sementara itu, sampel adalah sebagian dari populasi yang mencakup jumlah dan karakteristiknya (Sugiyono, 2023). Karenanya, bagian ini akan membahas populasi penelitian beserta teknik pengambilan sampel yang dipakai untuk mendapatkan responden sesuai kriteria penelitian.

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sasaran generalisasi penelitian. Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk memperoleh data penelitian. Penentuan populasi, sampel dan teknik sampling harus disesuaikan dengan tujuan penelitian dan karakteristik unit analisis (Saunders et al., 2023). Kemudian, (Sugiyono, 2023) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang meliputi objek atau subjek berkarakteristik dan berkualitas tertentu yang ditetapkan peneliti guna dipelajari dan kemudian disimpulkan. Untuk memberikan gambaran populasi secara lebih kontekstual, bagian ini turut menyajikan data mengenai jumlah konsumen sentra rengginang kota banjar sebagai informasi pendukung yang sesuai dengan penelitian sebagai berikut :

Tabel 3. 2**Jumlah konsumen sentra rengginang kota banjar**

Tahun	Bulan	Target Penjualan/Bks	Jumlah Penjualan Online
2025	MARET	2000	502
	APRIL	2000	221
	MEI	2000	230
	JUNI	2000	214
	JULI	2000	249
	AGUSTUS	2000	379
	SEPTEMBER	2000	240
	OKTOBER	2000	220
	NOVEMBER	2000	239
	DESEMBER	2000	213
2026	JANUARI	2000	293
	FEBRUARI	2000	332
	MARET	2000	436
TOTAL		26.000	3.768

Sumber : Sentra Rengginang Kota Banjar

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari produk sentra rengginang kota banjar. Berdasarkan informasi dari sentra rengginang diambil dari jumlah data konsumen sentra rengginang kota banjar selama 1 tahun adalah sebanyak 3.768 konsumen Online. Sehingga data konsumen dijadikan sebagai jumlah populasi untuk keperluan penelitian.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi dalam penelitian. Sugiyono menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Ketika

populasi besar dan peneliti tidak memungkinkan mempelajari seluruh anggota populasi karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka sampel dapat

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

digunakan, dan hasil penelitian pada sampel dapat diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, Dengan jumlah populasi $N = 3.768$ dan tingkat kesalahan yang ditoleransi $e = 10\%$ (0,10),

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Responden

1 : Konstanta

e^2 : Persentase timbulnya kesalahan yang masih dapat ditolelir
(*standard error*)

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{3.768}{1 + (3.768)(0,10)^2} \\ n &= \frac{3.768}{1 + (3.768)(0,01)} \\ n &= \frac{3.768}{1 + 37,68} \\ n &= \frac{3.768}{38,68} \\ n &= 97,42 \end{aligned}$$

Karena jumlah sampel harus berupa bilangan bulat, maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 98 responden. Jadi, dengan populasi sebanyak 3.768 orang dan

tingkat kesalahan sebesar 10%, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 98 responden.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan dijadikan responden dalam suatu penelitian. Pemilihan teknik sampling harus disesuaikan dengan tujuan penelitian dan karakteristik populasi agar sampel yang diperoleh dapat mewakili populasi secara tepat. Metode menentukan sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu probability sampling dan non probability sampling (Sugiyono, 2023). Pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah non probability sampling. Non probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2023).

Adapun jenis non probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, misalnya responden yang dianggap paling mengetahui informasi yang dibutuhkan atau yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2023).

3.4 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Langsung dari sumber pertama untuk menjawab tujuan penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen utama penelitian. Kuesioner diberikan kepada responden yang memenuhi kriteria purposive sampling. Kuesioner terdiri atas pernyataan yang mengukur:

- a. Kepercayaan Teknologi (X1)
- b. Persepsi Kemudahan (X2)
- c. Persepsi Manfaat (X3)
- d. Minat Klik (Y)

Penggunaan kuesioner lima tingkat Likert sesuai dengan praktik penelitian TAM dan penerimaan teknologi. Siagian et al. (2022), misalnya, menggunakan kuesioner lima poin Likert untuk menguji konstruk perceived security, perceived ease of use, perceived usefulness dan trust terhadap behavioral intention.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati kondisi objek penelitian, khususnya penggunaan media dan teknologi digital yang berkaitan dengan pemasaran, penyampaian informasi, dan aktivitas transaksi Sentra Rengginang Kota Banjar.

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak Sentra Rengginang Kota Banjar untuk memperoleh informasi pendukung mengenai objek penelitian, penggunaan teknologi digital, kondisi konsumen, dan data penjualan.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber yang telah tersedia, Penelitian

kepuustakaan ini dilakukan untuk memperoleh data dan landasan teoritis dari berbagai sumber yang relevan dengan penelitian.

Sumber yang digunakan meliputi:

- a. Buku, terutama buku yang berkaitan dengan metodologi penelitian, manajemen, pemasaran dan teori yang berkaitan dengan variabel penelitian
- b. Jurnal ilmiah, terutama penelitian terdahulu yang membahas Kepercayaan Teknologi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Minat Klik
- c. Sumber daring, yaitu sumber informasi yang relevan dan dapat dipertanggungjawabkan untuk mendukung penelitian.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian memegang peranan penting dalam menentukan kualitas hasil penelitian. Menurut Sugiyono, (2023) kualitas hasil penelitian kuantitatif sangat ditentukan oleh dua hal utama, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkaitan dengan tingkat validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan, sehingga instrumen yang baik harus mampu mengukur secara tepat (valid) dan konsisten (reliabel) terhadap variabel yang diteliti. Oleh sebab itu, sebelum instrumen digunakan dalam proses penelitian, perlu dilakukan pengujian terlebih dahulu yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan mampu mengukur variabel secara tepat sesuai dengan tujuan penelitian, serta memberikan hasil yang konsisten apabila digunakan dalam kondisi yang sama (Sugiyono, 2023).

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian

mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Sugiyono menyatakan bahwa validitas berkenaan dengan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian, data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan kondisi yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian. Apabila instrumen tidak mampu mengungkapkan data sesuai dengan variabel yang diteliti, maka data yang dihasilkan dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2023).

Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui validitas konstruk, validitas isi, dan validitas eksternal. Validitas konstruk dilakukan dengan meminta pertimbangan para ahli (*expert judgment*) terhadap instrumen yang telah disusun berdasarkan teori dan indikator variabel penelitian. Para ahli memberikan penilaian apakah instrumen dapat digunakan tanpa perbaikan, perlu perbaikan, atau harus direvisi secara menyeluruh. Setelah dinyatakan layak secara konstruk, instrumen kemudian diuji secara empiris melalui uji coba kepada responden penelitian (Sugiyono, 2023).

Validitas isi menunjukkan sejauh mana butir-butir instrumen telah mewakili keseluruhan aspek atau materi yang seharusnya diukur, sedangkan validitas eksternal dilakukan dengan membandingkan hasil pengukuran instrumen dengan fakta empiris yang terjadi di lapangan. Apabila hasil pengukuran sesuai dengan kondisi nyata, maka instrumen tersebut dinyatakan memiliki validitas eksternal yang baik (Sugiyono, 2023).

Setelah instrumen dinyatakan layak secara konstruk dan isi, uji validitas empiris dilakukan dengan mengorelasikan skor setiap butir instrumen dengan skor

total menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*. Sugiyono menjelaskan bahwa korelasi ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara skor butir instrumen dengan skor total, yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara skor butir dan skor total

X = skor butir instrumen

Y = skor total instrumen

n = jumlah responden

$\sum X$ = jumlah skor butir

$\sum Y$ = jumlah skor total

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat skor butir

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat skor total

$\sum XY$ = jumlah hasil perkalian antara skor butir dan skor total

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, maka kriteria pengambilan keputusan validitas item pertanyaan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pertanyaan memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total, sehingga item pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pertanyaan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total, sehingga item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor setiap item pertanyaan dengan skor total instrumen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui item pertanyaan yang valid dengan mengacu pada nilai koefisien korelasi minimum

sebesar 0,30. Sugiyono menyatakan bahwa apabila nilai koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total sama dengan atau lebih besar dari 0,30, maka item pertanyaan dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila nilai koefisien korelasi lebih kecil dari 0,30, maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2023:190).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian apabila digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama. Sugiyono menyatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama atau relatif sama. reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan tidak berubah-ubah (Sugiyono, 2023:190).

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan setelah instrumen dinyatakan valid. Sugiyono menjelaskan bahwa uji reliabilitas instrumen dapat dilakukan dengan teknik internal *consistency*, salah satunya menggunakan koefisien Cronbach Alpha, yang umum digunakan untuk instrumen berbentuk skala likert. Teknik ini digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi antarbutir dalam satu instrumen, sehingga dapat diketahui apakah instrumen tersebut dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data penelitian (Sugiyono, 2023:191). Adapun rumus Cronbach Alpha yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = koefisien reliabilitas

k = jumlah butir soal/item

σ_b^2 = varians tiap butir

σ_t^2 = varians total skor

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians seluruh butir.

3.4 Uji Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan langkah yang digunakan untuk mengolah data yang telah terkumpul agar dapat menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Sugiyono menjelaskan bahwa analisis data dalam penelitian kuantitatif diarahkan untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan, sehingga teknik analisis data yang digunakan harus disesuaikan dengan jenis data dan tujuan penelitian. Melalui analisis data yang tepat, peneliti dapat menarik kesimpulan secara objektif dan sistematis berdasarkan data yang diperoleh. Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakan metode analisis data dan uji hipotesis yang akan dijelaskan secara lebih rinci pada subbab selanjutnya (Sugiyono, 2023:212).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau melakukan generalisasi. Statistik deskriptif digunakan apabila peneliti hanya ingin mengetahui gambaran data yang diperoleh dari responden, baik dalam bentuk tabel, grafik, maupun nilai statistik sederhana seperti nilai rata-rata dan persentase (Sugiyono, 2023:206).

Tujuan analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran umum masing-masing variabel penelitian berdasarkan jawaban responden serta untuk melihat kecenderungan penilaian responden terhadap indikator yang digunakan. Hasil analisis deskriptif ini selanjutnya digunakan

sebagai dasar untuk melakukan analisis lanjutan pada tahap pengujian hipotesis.

Instrumen penelitian ini menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap pernyataan yang diajukan. Skala Likert digunakan untuk mengukur fenomena sosial yang telah ditetapkan sebagai variabel penelitian, di mana setiap indikator variabel dijabarkan menjadi item pernyataan yang memiliki gradasi jawaban dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2023:146).

Tabel 3. 3

Tabel Penilaian Skala likert

Alternatif Jawaban	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2023)

Tabel bobot skala Likert di atas menunjukkan pemberian skor pada setiap alternatif jawaban responden. Bobot skor tersebut digunakan untuk mengubah data kualitatif berupa pendapat responden menjadi data kuantitatif sehingga dapat dianalisis secara statistik.

Data yang diperoleh dari kuesioner selanjutnya dianalisis dengan menghitung skor rata-rata untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden terhadap variabel penelitian. Skor rata-rata digunakan sebagai ukuran tendensi sentral untuk melihat posisi rata-rata penilaian responden. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\frac{\sum \text{jumlah kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

Rumus skor rata-rata tersebut digunakan untuk memperoleh nilai rata-rata penilaian responden dengan membandingkan total skor jawaban yang diperoleh terhadap jumlah item pertanyaan dan jumlah responden. Nilai yang dihasilkan mencerminkan kecenderungan umum jawaban responden terhadap variabel yang diteliti.

Setelah skor rata-rata diperoleh, nilai tersebut diinterpretasikan menggunakan pendekatan garis kontinum. Garis kontinum digunakan untuk mengetahui posisi kecenderungan nilai skor rata-rata, apakah berada pada kategori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, atau sangat tinggi. Untuk menentukan lebar interval setiap kategori, digunakan perhitungan Nilai Jenjang Interval (NJI) sebagai berikut:

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Rumus NJI digunakan untuk menentukan jarak interval antar kategori penilaian agar setiap kategori memiliki rentang nilai yang sama.

Dalam penelitian ini digunakan skala Likert dengan nilai minimum 1 dan nilai maksimum 5.

Tabel 3. 4

Kategori Skala

Interval Nilai	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Sedang

Interval Nilai	Kategori
3,41 – 4,20	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber : (Sugiyono, 2023)

Tabel kategori skala Likert di atas digunakan sebagai pedoman untuk menginterpretasikan skor rata-rata yang diperoleh dari hasil analisis deskriptif. Skor rata-rata yang berada pada interval tertentu menunjukkan kategori tingkat penilaian responden terhadap variabel penelitian.

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan tahapan analisis data yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antarvariabel penelitian secara kuantitatif melalui pengujian statistik. Dengan analisis verifikatif, peneliti dapat membuktikan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian.

3.6.2.1 Method of Successive Interval

Method of Successive Interval (MSI) merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk mentransformasikan data berskala ordinal menjadi data berskala interval. Teknik ini digunakan karena data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan skala Likert pada dasarnya bersifat ordinal, sedangkan analisis statistik lanjutan seperti regresi linier dan korelasi memerlukan data berskala interval. Oleh karena itu, MSI digunakan sebagai tahap awal pengolahan data sebelum dilakukan analisis verifikatif.

Tujuan penggunaan *Method of Successive Interval* dalam penelitian ini adalah untuk meningkatkan tingkat pengukuran data dari skala ordinal menjadi

skala interval sehingga data dapat dianalisis menggunakan teknik statistik parametrik. Dengan data berskala interval, hasil analisis yang diperoleh diharapkan lebih akurat dan memenuhi asumsi analisis statistik yang digunakan. Langkah-langkah penerapan *Method of Successive Interval* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memperhatikan setiap butir jawaban responden dari kuesioner yang disebarkan.
2. Menentukan frekuensi setiap responden atau banyaknya responden yang memberikan respon untuk masing-masing kategori jawaban.
3. Menentukan nilai proporsi setiap kategori jawaban dengan cara membagi frekuensi masing-masing kategori dengan jumlah responden keseluruhan.
4. Menentukan jumlah proporsi secara keseluruhan sehingga diperoleh proporsi kumulatif.
5. Menentukan nilai batas Z untuk setiap proporsi kumulatif berdasarkan distribusi normal.
6. Menghitung nilai *Scale Value* (SV) untuk masing-masing kategori
7. Mengubah nilai *Scale Value* (SV) terkecil menjadi sama dengan satu (1) dan mentransformasikan masing-masing nilai melalui perubahan skala terkecil sehingga diperoleh *Transformed Scale Value* (TSV).

Perhitungan nilai *Scale Value* (SV) dalam *Method of Successive Interval* dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Rumus *Scale Value* tersebut digunakan untuk menghitung nilai interval bagi setiap kategori jawaban berdasarkan perbedaan kepadatan distribusi normal dan luas area di bawah kurva normal pada batas atas dan batas bawah. Nilai yang dihasilkan mencerminkan jarak interval antar kategori jawaban.

Nilai *Scale Value* yang telah diperoleh selanjutnya ditransformasikan menjadi *Transformed Scale Value* (TSV). Nilai TSV inilah yang digunakan sebagai pengganti skor ordinal pada skala Likert dan selanjutnya digunakan dalam analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, serta pengujian hipotesis.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Regresi digunakan untuk melakukan prediksi dan untuk mengetahui arah serta besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi termasuk dalam statistik inferensial yang digunakan apabila peneliti bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi berdasarkan data sampel (Sugiyono, 2023:239).

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

Keterangan:

Y = Variabel dependen

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi X_1

b_2 = Koefisien regresi X_2

b_3 = Koefisien regresi X_3

X_1 = Variabel bebas pertama

X_2 = Variabel bebas kedua

X_3 = Variabel bebas ketiga

Interpretasi:

Jika b_1 positif, maka peningkatan X_1 akan meningkatkan Y .

Jika b_2 positif, maka peningkatan X_2 akan meningkatkan Y .

Jika b_3 positif, maka peningkatan X_3 akan meningkatkan Y .

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi merupakan teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara dua variabel atau lebih. Korelasi digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel tanpa bermaksud untuk menunjukkan adanya hubungan sebab-akibat. Nilai koefisien korelasi menunjukkan kuat atau lemahnya hubungan yang terjadi antara variabel yang diteliti (Sugiyono, 2023:248).

Dalam penelitian ini, analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara pengaruh kepercayaan teknologi (X_1), persepsi kemudahan (X_2), dan persepsi manfaat (X_3) terhadap minat klik (intention to click) (Y). Analisis ini dilakukan untuk melihat seberapa kuat hubungan variabel independen secara simultan dengan variabel dependen sebelum dilakukan pengujian hipotesis.

Koefisien korelasi berganda dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan perbandingan antara jumlah kuadrat regresi dan jumlah kuadrat total variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$R = \sqrt{\frac{JK(\text{reg})}{\sum Y^2}}$$

Keterangan:

R = koefisien korelasi berganda

$JK(\text{reg})$ = jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat total variabel dependen dalam bentuk deviasi

Berdasarkan nilai koefisien korelasi berganda yang diperoleh, maka hubungan antara variable independen dan variabel dependen dapat diinterpretasikan secara matematis. Nilai koefisien korelasi yang semakin mendekati angka 1 atau -1 menunjukkan hubungan yang semakin kuat, sedangkan nilai koefisien korelasi yang mendekati angka 0 menunjukkan hubungan yang semakin lemah. Untuk memudahkan penafsiran tingkat keeratan hubungan, nilai koefisien korelasi berganda selanjutnya diklasifikasikan ke dalam kategori sebagai berikut :

Tabel 3. 5

Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiyono, 2023)

3.6.2.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan prosedur statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan data sampel. Hipotesis yang diuji dalam penelitian adalah hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak adanya pengaruh, dan hipotesis alternatif (H_1) yang menyatakan adanya pengaruh. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak berdasarkan data empiris yang diperoleh dari hasil penelitian (Sugiyono, 2023:243).

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kepercayaan teknologi, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat terhadap minat klik (*intention to click*), baik secara simultan maupun parsial. Oleh karena itu, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji hipotesis secara simultan (uji F) dan uji hipotesis secara parsial (uji t) (Sugiyono, 2023:236).

1. Uji Hipotesis Simultan (F-Test)

Uji hipotesis simultan atau uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan untuk menguji signifikansi model regresi secara keseluruhan, yaitu dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel pada tingkat signifikansi tertentu (Sugiyono, 2023:287).

Dalam penelitian ini, uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan teknologi (X_1), persepsi kemudahan (X_2), dan persepsi manfaat (X_3) terhadap minat klik (*intention to click*) (Y). Adapun hipotesis yang diuji adalah sebagai berikut:

- a. $H_0: b_1 = b_2 = b_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh kepercayaan teknologi, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara simultan terhadap minat klik (*intention to click*).
- b. $H_1: b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh kepercayaan teknologi, persepsi kemudahan dan *minat klik (intention click)* secara simultan terhadap minat klik (*intention to click*).

Rumus uji F yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

F_{hitung} = nilai F hitung

R^2 = koefisien determinasi

k = jumlah variabel independen

n = jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F adalah sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (signifikan).
- b. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak signifikan).

2. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji hipotesis parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan untuk mengetahui sejauh mana satu variabel independen secara parsial mampu menjelaskan variasi variabel dependen dalam model regresi (Sugiyono, 2023:262). Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap minat klik (intention to click), dengan hipotesis sebagai berikut:

- a. Kepercayaan teknologi (X_1) terhadap minat klik (intention to click) (Y)

$H_0: b_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh kepercayaan teknologi terhadap minat klik (intention to click).

$H_1: b_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh kepercayaan teknologi terhadap minat klik (intention to click).

- b. Persepsi kemudahan (X_2) terhadap minat klik (intention to click) (Y)

$H_0: b_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat klik (intention to click).

$H_1: b_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat klik (intention to click).

c. Persepsi manfaat (X_3) terhadap minat klik (intention to click) (Y)

$H_0: b_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat klik (intention to click).

$H_1: b_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat klik (intention to click)

Rumus uji t yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

t_{hitung} = nilai t hitung

b_i = koefisien regresi variabel independen ke-i

S_{b_i} = standar error koefisien regresi

Kriteria pengambilan keputusan uji t adalah sebagai berikut:

a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.6.2.5 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan variabel dependen. Koefisien determinasi dihitung dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi yang telah diperoleh, kemudian dinyatakan dalam bentuk persentase. Nilai koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap

variabel terikat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti (Sugiyono, 2023:237).

1. Analisis koefisien determinasi berganda

Analisis koefisien determinasi berganda secara simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi menunjukkan kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi perubahan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk persentase, di mana semakin besar nilainya menunjukkan semakin besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Sugiyono, 2023:237).

Dalam penelitian ini, analisis koefisien determinasi berganda secara simultan digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi kepercayaan teknologi, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat secara bersama-sama terhadap minat klik (*intention to click*). Hasil koefisien determinasi berganda menunjukkan persentase variasi minat klik (*intention to click*) yang dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Koefisien determinasi berganda secara simultan dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi berganda

R = koefisien korelasi berganda

Rumus tersebut digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dalam bentuk persentase.

Nilai R^2 yang semakin mendekati 1 atau 100% menunjukkan bahwa model regresi semakin baik dalam menjelaskan variasi perubahan variabel dependen. Sebaliknya, nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen masih terbatas.

2. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi perubahan variabel dependen. Koefisien determinasi parsial menunjukkan besarnya pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengendalikan pengaruh variabel independen lainnya. Nilai koefisien determinasi parsial dinyatakan dalam bentuk persentase, yang menunjukkan besarnya kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2023:237). Koefisien determinasi parsial dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD_i = r_{ti}^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD_i = koefisien determinasi parsial variabel ke-i

R_i^2 = koefisien korelasi parsial

Rumus tersebut digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Nilai koefisien determinasi parsial yang semakin besar menunjukkan bahwa variabel independen tersebut memiliki kontribusi yang semakin besar dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

3.7 Rancangan Kuesioner

Rancangan kuesioner merupakan tahap penyusunan instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden secara sistematis berdasarkan variabel dan indikator penelitian yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup dengan menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Setuju, Setuju, kurang setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju, guna memudahkan responden dalam memberikan jawaban serta mempermudah proses pengolahan data.

Kuesioner disusun berdasarkan variabel kepercayaan teknologi, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat sebagai variabel independen, serta minat klik (intention to click) sebagai variabel dependen, di mana setiap variabel dijabarkan ke dalam indikator yang kemudian dikembangkan menjadi butir-butir pernyataan yang relevan dengan tujuan penelitian. Kuesioner dilengkapi dengan petunjuk pengisian yang jelas agar responden dapat memahami setiap pernyataan dengan baik, dan data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam analisis dan pengujian hipotesis penelitian.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM sentra renginang kota banjar. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada kesesuaian objek penelitian dengan variabel yang diteliti, yaitu kepercayaan teknologi, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan minat klik (intention to click), serta ketersediaan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Pelaksanaan penelitian dilakukan dalam rentang waktu bulan maret 2026 sampai dengan selesai, yang mencakup tahap persiapan penelitian, penyusunan instrumen, pengumpulan data, hingga pengolahan dan analisis data.