

BAB II

KAJIAN TEORITIS DAN METODOLOGI PENELITIAN

A. Kajian Teoritis

1. Minat Menggunakan (*Intention to Use*)

a. Definisi Minat Menggunakan

Menurut Davis et al. (1989), minat berperilaku atau menggunakan adalah tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Ketika seseorang merasa bahwa sesuatu akan mudah untuk digunakan, muncul suatu dorongan minat untuk menggunakan sehingga mencapai kepuasan tersendiri.

Johnson dan Kaye (2004), menyatakan bahwa keyakinan seseorang terhadap penggunaan sistem teknologi informasi akan meningkatkan minat mereka. Pada akhirnya, individu tersebut akan menggunakan sistem teknologi tersebut.

Menurut Pauli et al. (2007), mendefinisikan minat sebagai indikasi bagaimana seseorang mau mencoba, dan bagaimana usaha seseorang merencanakan untuk menggunakan, dan menampilkan perilakunya. Pendapat tersebut juga dikemukakan oleh Yadav dan Pathak (2017), yang menyatakan bahwa minat menggunakan adalah indikasi kesediaan individu untuk melakukan perilaku tertentu.

Menurut Chemingui dan Lallouna (2013), berpendapat bahwa minat menggunakan adalah ketika seseorang siap untuk bertindak dan melakukan suatu perilaku yang diharapkan. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Ajzen (dalam Wibowo dkk, 2015) yang mengatakan minat merupakan suatu keadaan dalam diri seseorang pada dimensi kemungkinan subjektif yang meliputi hubungan antara orang itu sendiri dengan beberapa tindakan.

Omotayo dan Adebayo (2015) mendefinisikan minat menggunakan atau *intention to use* sebagai suatu kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan dapat dijelaskan sebagai suatu indikasi seseorang terhadap penggunaan sistem teknologi disertai keyakinan dan perilaku tertentu.

b. Proses Niat Penggunaan

Suryani (2013) mengemukakan bahwa pandangan tradisional mengenai proses niat penggunaan mengikuti beberapa tahapan. Tahapan tersebut dikenal dengan AIETA (*Awareness, Interest, Evaluation, Trial, Adoption*). Berikut penjelasan tahapannya:

1) Tahap *Awareness* (kesadaran)

Dalam tahap ini, seseorang hanya mengetahui informasi secara terbatas seperti adanya ide-ide baru.

2) Tahap *Interest* (menaruh minat)

Pada tahap ini, seseorang mulai menaruh minat terhadap inovasi dan mencari lebih banyak informasi terkait inovasi tersebut.

3) Tahap *Evaluation* (penilaian)

Dalam tahap ini, seseorang melakukan penilaian terhadap suatu teknologi berdasarkan informasi yang sudah diperoleh sebelumnya dan mencoba mengaitkannya dengan kondisi yang dialaminya (kebutuhan dan harapan) sebelum memutuskan untuk mencoba.

4) Tahap *Trial* (percobaan)

Pada tahap ini, seseorang mencoba menggunakan inovasi untuk memastikan kegunaannya dan kemampuan teknologi dalam memenuhi harapannya.

5) Tahap *Adoption* (penerimaan)

Setelah tahap *trial*, seseorang akan mengevaluasi hasilnya. Jika sudah sesuai dengan harapan dan keinginannya, bisa terus melanjutkan penggunaan suatu teknologi tersebut.

c. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat

Menurut Sudarsono (dalam Harlan, 2014), menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang memengaruhi minat, di antaranya:

1) Faktor kebutuhan dari dalam

Suatu indikasi munculnya minat dalam diri seseorang dapat didorong dari kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.

2) Faktor motif sosial

Suatu indikasi munculnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial, yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan sekitarnya.

3) Faktor emosional

Suatu indikasi munculnya minat dalam diri seseorang dapat didorong dari ukuran intensitas dalam menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu.

d. Dimensi Minat Menggunakan

Menurut Ferdinand (2002), berpendapat bahwa ada empat dimensi untuk mengukur minat menggunakan, antara lain:

1) Minat eksploratif

Suatu kondisi ketika seseorang menunjukkan sikap dan perilakunya terhadap penggunaan sebuah teknologi dengan mencari informasi dan keuntungan dari produk tersebut. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur dimensi minat

eksploratif adalah sikap untuk mencari informasi dan sikap untuk mencari keuntungan produk.

2) Minat preferensial

Suatu kondisi ketika seseorang mulai ada kecenderungan untuk memprioritaskan produk yang diminatinya. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur dimensi minat preferensial adalah sikap untuk memprioritaskan produk dan sikap beralih ke produk lain karena ketidaksesuaian.

3) Minat transaksional

Suatu kondisi ketika seseorang ada kecenderungan untuk menggunakan produk. Indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi minat transaksional, yaitu sikap akan menggunakan di masa depan, sikap akan sering menggunakan, sikap akan menggunakan dalam kehidupan sehari-hari, dan sikap akan menggunakan secara teratur.

4) Minat referensial

Suatu kondisi ketika seseorang ada kecenderungan untuk mereferensikan produk yang diminatinya kepada orang lain. Indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi minat referensial, yaitu sikap untuk mereferensikan suatu produk dan sikap untuk mereferensikan produk yang lain.

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

a. Definisi Persepsi Kemudahan Penggunaan

Davis *et al.* (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu tahapan ketika seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami. Pernyataan tersebut didukung juga oleh Lui & Jamieson (2003) yang menyatakan, persepsi kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* adalah berbagai kemudahan yang dirasakan konsumen sehubungan dengan penggunaan internet untuk berbagai tujuan yang ingin dicapai.

Hartono (2007) berpendapat bahwa persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Definisi tersebut juga didukung oleh Wibowo (2006), yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran ketika seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

Menurut Tojib & Tsarenko (2012), persepsi kemudahan penggunaan adalah kemudahan yang berkaitan dengan usaha dan kenyamanan pengguna teknologi tertentu. Pernyataan tersebut juga didukung oleh Indarsin & Ali (2017), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkat keyakinan

seseorang bahwa menggunakan teknologi akan mengurangi upaya yang berlebihan.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah kepercayaan seseorang dalam penggunaan suatu teknologi akan mudah digunakan dan dipahami sehingga terbebas dari segala upaya yang berlebihan.

b. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi

Menurut Gasperz (dalam Laksana, 2015), mengidentifikasi beberapa faktor yang memengaruhi persepsi seseorang. Faktor-faktor tersebut meliputi:

- 1) Pengalaman masa lalu mampu memengaruhi seseorang karena seseorang pada umumnya akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang dirasakan, didengar dan dilihatnya.
- 2) Keinginan mampu memberikan pengaruh terhadap persepsi seseorang dalam membuat keputusan.
- 3) Pengalaman yang bersumber dari teman, misalnya ketika mereka bercerita mengenai pengalamannya.

Sedangkan menurut Rahmatullah (2014), mengidentifikasi ada dua faktor yang memengaruhi persepsi, antara lain:

- 1) Faktor internal, faktor yang memengaruhi persepsi seseorang dari dalam, meliputi:

a) Fisiologis

Persepsi muncul berdasarkan informasi yang didapatkan manusia melalui kemampuan panca inderanya.

b) Perhatian

Kemampuan panca indera setiap seseorang dapat menangkap ribuan bahkan jutaan stimulus. Stimulus yang akan ditanggapi oleh seseorang biasanya adalah stimulasi yang paling menarik perhatian yang secara tidak langsung akan memengaruhi persepsi seseorang.

c) Minat

Seseorang cenderung lebih memperhatikan secara mendetail hal-hal yang sesuai dengan minatnya.

d) Kebutuhan yang searah

Sama akan halnya dengan faktor minat, seseorang yang memiliki kebutuhan akan memengaruhi persepsinya.

e) Pengalaman dan ingatan

Pengalaman dan ingatan seseorang dapat memengaruhi persepsinya terhadap sesuatu hal.

f) Suasana hati

Suasana hati turut memengaruhi persepsi seseorang terhadap sesuatu hal. Ketika suasana hati seseorang sedang baik, dapat mempersepsi berbagai hal dengan baik juga.

2) Faktor eksternal, faktor yang memengaruhi persepsi seseorang dari elemen-elemen yang terdapat pada objek dan lingkungan seseorang, Beberapa elemen tersebut meliputi:

a) Ukuran

Merupakan faktor eksternal yang sangat memengaruhi pembentukan persepsi seseorang. Semakin besar ukuran sebuah objek, semakin besar pula menarik perhatian seseorang. Objek yang berukuran lebih besar akan dipersepsi sebagai sesuatu yang lebih dominan dibanding objek lain yang lebih kecil.

b) Warna

Secara umum, penggunaan warna yang cerah dapat menarik perhatian sehingga memengaruhi persepsi seseorang.

c) Keunikan

Selain warna, sesuatu yang unik juga akan berpotensi lebih dahulu mendapatkan persepsi dari seseorang.

d) Intensitas

Sebuah objek yang muncul dengan intensitas lebih sering akan lebih diperhatikan seseorang.

e) Motion

Mata manusia cenderung lebih tertarik dengan sesuatu yang bergerak, seperti video karena akan sangat efektif untuk menyampaikan suatu hal.

c. Proses Terjadinya Persepsi

Menurut Schermerhon *et al.* (1994), mengemukakan bahwa ada empat tahapan dalam proses terjadinya persepsi. Empat tahapan tersebut, yaitu:

1) Perhatian dan Seleksi (*Attention and Selection*)

Pemilihan informasi secara selektif hanya memberikan kesempatan pada proporsi yang kecil dari seluruh informasi yang ada. Proses seleksi ini berasal dari proses terkontrol, yaitu individu secara sadar memutuskan informasi mana yang akan diperhatikan dan mana yang akan diabaikan.

2) Organisasi (*Organization*)

Pada tahap ini, seluruh informasi yang telah masuk seleksi pada tahap sebelumnya akan diorganisasikan. Adapun cara untuk mengorganisasikan informasi secara efisien adalah *schema*. *Schema* adalah kerangka kognitif yang menggambarkan pengetahuan yang diorganisasi dengan pemberian konsep atau stimulus yang dibangun melalui pengalaman.

3) Interpretasi (*Interpretation*)

Setelah perhatian digambarkan pada stimulus tertentu dan informasi telah diorganisasi, individu akan mencoba untuk memperoleh jawaban tentang makna dari informasi tersebut. Tahap ini dipengaruhi oleh *causal attribution*, yaitu sebuah percobaan untuk menjelaskan alasan terjadinya sesuatu.

4) Pencarian Kembali (*Retrieval*)

Informasi yang telah tersimpan dalam sebuah memori harus dicari kembali jika informasi tersebut digunakan. Individu akan lebih mudah mendapatkan kembali informasi yang telah tersimpan jika telah terskema dan terorganisir dengan baik.

d. Dimensi Persepsi Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis *et al.* (1989), mengidentifikasi ada enam dimensi untuk mengukur persepsi kemudahan penggunaan. Enam dimensi tersebut, antara lain:

1) Mudah untuk dipelajari (*ease to learn*)

Suatu kondisi ketika seseorang percaya dapat mudah mempelajari penggunaan sistem teknologi tanpa perlu adanya pelatihan tambahan. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur dimensi *ease to learn*, yaitu perasaan mudah untuk dipelajari dan perasaan tidak menyulitkan pengguna.

2) Mudah untuk digunakan (*ease to use*)

Suatu kondisi ketika seseorang percaya dapat mudah menggunakan sebuah sistem teknologi. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur dimensi *ease to use*, yaitu perasaan mudah dioperasikan dan perasaan tidak membutuhkan usaha lebih ketika menggunakan.

3) Jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)

Suatu kondisi ketika seseorang percaya bahwa instruksi yang diberikan dari sistem teknologi jelas dan mudah dimengerti oleh penggunanya. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur dimensi *clear and understandable* adalah instruksi yang diberikan jelas dan instruksi yang diberikan mudah dimengerti.

4) Menjadi terampil (*become skillful*)

Suatu kondisi ketika seseorang percaya bahwa dengan penggunaan teknologi baru akan menjadi terampil menjalankan suatu teknologi tersebut. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur dimensi *become skillful* adalah mudah meningkatkan keterampilan pengguna,

5) Fleksibel (*Flexible*)

Suatu kondisi ketika seseorang menikmati teknologi yang memiliki kemudahan akses untuk bisa memudahkan segala kebutuhan informasi pengguna. Indikator yang digunakan untuk mengukur *flexible* adalah kemudahan dalam mengakses, kemudahan berinteraksi, dan kemudahan dalam instalasi.

6) Dapat dikontrol (*Controllable*)

Suatu kondisi ketika seseorang dengan mudahnya dapat mengendalikan sebuah teknologi. Indikator yang digunakan untuk mengukur *controllable*, yaitu kemudahan dalam mengendalikan konten.

3. Hubungan Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Minat Menggunakan

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu variabel utama dalam penerimaan seseorang atas teknologi informasi. Variabel ini merupakan pengembangan dari teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dikembangkan oleh Fred D Davis (1989).

Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi tersebut. Semakin mudah teknologi tersebut digunakan, semakin tinggi minat individu untuk menggunakan (Barhoumi, 2016). Sebaliknya, semakin sulit teknologi tersebut digunakan, semakin rendah minat individu untuk menggunakannya, serta akan semakin lambat individu dan kelompok masyarakat dalam mengadopsinya (Venkatesh & Bala, 2008).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa antara variabel persepsi kemudahan penggunaan dan variabel minat menggunakan memiliki hubungan yang kuat.

4. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai bahan referensi. Peneliti merangkum lima penelitian serupa yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dalam bentuk Tabel II.1 berikut ini:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

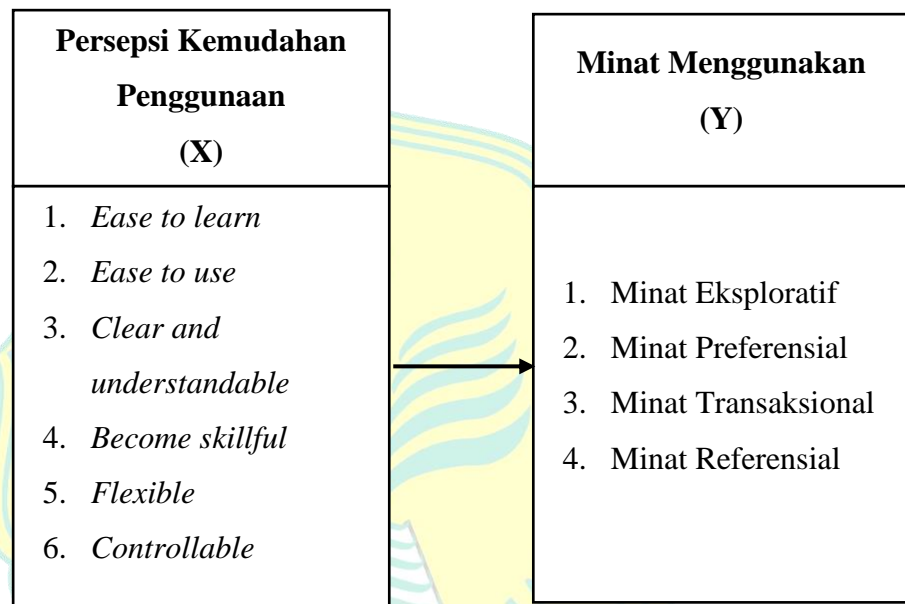
No	Peneliti dan Tahun	Judul	Populasi dan Sampel	Hasil
1	Nurya Dina Abrilia, Tri Sudarwanto (2020)	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> pada Aplikasi DANA di Surabaya	Populasi: semua pengguna aplikasi DANA Sampel: 214 responden dengan menggunakan metode <i>purposive sampling</i>	Kemudahan dan fitur layanan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> pada aplikasi DANA di Surabaya.
2	Andhika Bayu Pratama, I Dewa Gede Dharma Suputra (2019)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik	Populasi: seluruh mahasiswa reguler sore Angkatan 2015 FEB Universitas Udayana berjumlah 493 orang Sampel: 83 responden dengan menggunakan teknik <i>non-probability sampling</i>	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada minat untuk menggunakan uang elektronik.

3	Bambang Hariadi, Jimmi Erikson Silalahi (2019)	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan <i>Internet Banking</i>	Populasi: Mahasiswa program S1 di FEB Universitas Brawijaya Sampel: 160 responden dengan menggunakan metode <i>purposive sampling</i>	Variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan internet banking.
4	Leoni Joan, Tony Sitinjak (2017)	Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital GO-PAY	Populasi: Pengguna GO-PAY berdomisili di Jakarta Sampel: 125 responden dengan menggunakan metode <i>purposive sampling</i>	Variabel persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital GO-PAY
5	Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti, Rizki Yudhi Dewantara (2015)	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	Populasi: nasabah Bank BRI Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah Sampel: 100 responden dengan menggunakan metode <i>purposive sampling</i>	Persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan persepsi kesesuaian mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> .

Sumber: tabel diolah oleh peneliti

B. Kerangka Berpikir dan Hipotesis

Berdasarkan teori yang telah dikaji pada bagian sebelumnya, peneliti mendapatkan kerangka pemikiran yang sudah dikembangkan. Kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar II.1
Kerangka Berpikir

Sumber: gambar diolah oleh peneliti

Dari kerangka berpikir di atas, peneliti dapat membuat suatu rumusan hipotesis. Rumusan hipotesis merupakan dugaan, sementara terhadap rumusan masalah yang terdapat pada penelitian. Hipotesis didapatkan berdasarkan teori-teori yang telah dikaji, tetapi belum didasarkan pada fakta-fakta yang didapatkan melalui pengumpulan data.

Dengan demikian, rumusan hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀: Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi *kumparan* pada pengikut Instagram @kumparancom.

H_a: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi *kumparan* pada pengikut Instagram @kumparancom.

C. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

2. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan sekadar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Instagram yang menjadi pengikut akun @kumparancom.

b. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2019) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* yang memiliki besarnya peluang atau probabilitas terhadap elemen populasi untuk terpilih sebagai subjek sampel tidak diketahui (Anggraeni, 2015). Selanjutnya, untuk metode yang digunakan peneliti adalah *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2019), *purposive sampling* merupakan metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang sudah disesuaikan dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Karena populasi tidak diketahui jumlahnya seiring pengikut akun Instagram @kumparancom meningkat setiap harinya, jadi peneliti

menggunakan sebuah pedoman yang ditulis oleh Hair *et al.* (2014) untuk menentukan ukuran sampel.

Menurut Hair *et al.*, (2014) menyatakan umumnya ukuran sampel setidaknya lima kali dari jumlah indikator, bahkan sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Dari pernyataan tersebut, rumus yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel adalah:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 5 \\ &= 21 \times 5 \\ &= 105 \text{ responden} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, sebanyak 105 responden akan dijadikan kriteria sampel penelitian ini dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Mengikuti akun Instagram @kumparancom
- 2) Pernah membaca artikel berita dari *kumparan*
- 3) Mengetahui aplikasi portal berita daring *kumparan*

3. Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Menurut Sugiyono (2019), variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat, sedangkan variabel terikat adalah variabel

yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Pada penelitian ini, persepsi kemudahan penggunaan sebagai variabel bebas dan minat menggunakan sebagai variabel terikat. Dalam Tabel II.2, penelitian ini mempunyai operasionalisasi variabel sebagai berikut:

Tabel II.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X)	1. <i>Easy to learn</i>	• Perasaan mudah untuk dipelajari	Likert
		• Perasaan tidak menyulitkan pengguna.	
	2. <i>Easy to use</i>	• Perasaan mudah dioperasikan	
		• Perasaan tidak membutuhkan usaha lebih ketika menggunakan.	
	3. <i>Clear and understandable</i>	• Instruksi yang diberikan jelas	
		• Instruksi yang diberikan mudah dimengerti	
	4. <i>Become skillful</i>	• Mudah meningkatkan keterampilan pengguna	
	5. <i>Flexible</i>	• Kemudahan dalam mengakses	

		<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan berinteraksi 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan dalam instalasi 	
	6. <i>Controllable</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan dalam mengendalikan konten 	
Minat Menggunakan (Y)	1. Minat Eksploratif	<ul style="list-style-type: none"> • Sikap untuk mencari informasi 	Likert
		<ul style="list-style-type: none"> • Sikap untuk mencari keuntungan produk 	
	2. Minat Preferensial	<ul style="list-style-type: none"> • Sikap untuk memprioritaskan produk 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Sikap beralih ke produk lain karena ketidaksesuaian 	
	3. Minat Transaksional	<ul style="list-style-type: none"> • Sikap akan menggunakan di masa depan 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Sikap akan sering menggunakan 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Sikap akan menggunakan dalam kehidupan sehari-hari 	
	4. Minat Referensial	<ul style="list-style-type: none"> • Sikap akan menggunakan secara teratur 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Sikap untuk mereferensikan suatu produk 	

Sumber: data diolah oleh peneliti

4. Metode Penelitian

a. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data yang berasal dari data primer dan sekunder. Peneliti mengumpulkan data dari beberapa sumber, di antaranya:

1) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan sumber data primer yang didapatkan dari jawaban sampel yang telah ditentukan.

Dalam penelitian ini, bentuk kuesioner yang digunakan oleh peneliti berupa kuesioner tertutup dengan menggunakan skala *Likert*. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Peneliti akan menyediakan sebuah pertanyaan dimana responden dapat memilih beberapa jawaban yang sudah disediakan.

Setiap jawaban responden dari item pertanyaan mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang berupa kata-kata antara lain: Sangat Setuju (SS); Setuju

(S); Ragu-ragu (RG); Tidak Setuju (TS); Sangat Tidak Setuju (STS). Dari gradasi tersebut, peneliti menentukan skor di masing-masing jawaban yang tertera pada Tabel II.3. Berikut tabelnya:

Tabel II.3
Nilai Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: tabel diolah oleh peneliti

Peneliti akan membuat kuesioner secara daring menggunakan *Google Form* dan disebarluaskan melalui media sosial, seperti Instagram, Whatsapp, dan Line guna mempermudah dan mempersingkat waktu dalam melakukan penelitian ini.

2) Studi Kepustakaan

Dalam mendukung penelitian ini, peneliti mengumpulkan sumber data sekunder dengan studi kepustakaan dan penjelajahan internet. Dari studi kepustakaan, peneliti mengumpulkannya melalui buku, jurnal, dan penelitian

terdahulu guna menemukan informasi yang akurat dan kredibel. Selain itu, peneliti juga melakukan penjelajahan internet untuk melengkapi data-data terkait variabel dan objek yang diteliti.

b. Teknik Pengujian Instrumen

Menurut Sugiyono (2019), instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel. Oleh karena itu, peneliti melakukan uji coba terlebih dahulu kepada 30 sampel dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk mengukur instrumen yang digunakan oleh peneliti sudah valid dan reliabel.

1) Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan demikian, peneliti menggunakan rumus korelasi *Product Moment* untuk mengukur validitas

setiap item. Rumus tersebut adalah 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

$\sum x$: jumlah skor butir

$\sum y$: jumlah skor total

N : jumlah sampel

Dengan menggunakan rumus tersebut, Sugiyono (2019) menyatakan kriteria yang digunakan, yaitu:

- a) Jika $r \geq 0,361$ instrumen dinyatakan valid.
- b) Jika $r \leq 0,361$ instrumen dinyatakan tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha*. Rumus tersebut adalah:

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

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$: Jumlah varian skor tiap-tiap item

σ_t^2 : Varian total skor

Dengan menggunakan rumus tersebut, Ghazali (2018) menyatakan kriteria yang digunakan, yaitu:

- a) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$, instrumen dinyatakan reliabel.
- b) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,70$, instrumen dinyatakan tidak reliabel.

c. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan alat bantu berupa *software* SPSS (*Statistical Package for The Social Sciences*). SPSS yang digunakan oleh peneliti adalah SPSS versi 25. Teknik analisis yang akan digunakan pada penelitian ini, antara lain:

1) Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Jadi, analisis statistik deskriptif hanya mendeskripsikan data sampel dan menunjukkan nilai rata-rata dari nilai sebuah variabel yang diukur.

Hasil dari analisis statistik deskriptif ini digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden, mendeskripsikan setiap variabel, dan mengukur nilai rata-rata dari variabel persepsi kemudahan penggunaan dan minat menggunakan.

Peneliti menggunakan kriteria bobot nilai sebagai acuan untuk mendeskripsikan nilai rata-rata dari 105 responden. Oleh karena itu, peneliti menetapkan kriteria penilaian kuesioner sebagai berikut:

Tabel II.4 Kriteria Penilaian Kuesioner

Interval Skor	Kategori	
	Persepsi Kemudahan	Minat Menggunakan
0% - 33%	Tidak Baik	Rendah
34% - 67%	Cukup Baik	Sedang
68% - 100%	Baik	Tinggi

Sumber: Data diolah oleh peneliti

2) Uji Asumsi Klasik

Untuk melakukan uji regresi, perlu dilakukan beberapa syarat yang harus terpenuhi, yaitu data berdistribusi normal, variabel mempunyai keterikatan secara linear, dan tidak terjadinya heteroskedastisitas. Oleh karena itu, peneliti melakukan beberapa pengujian asumsi klasik, di antaranya:

a) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pada program SPSS, pengujian normalitas dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*, dengan syarat jika signifikansi $> 0,05$ data dinyatakan terdistribusi normal.

b) Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2018), uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat, atau kubik. Uji linearitas dindilakukan dengan syarat jika nilai *Deviation from Linearity* signifikansi $> 0,05$ kedua variabel dinyatakan berhubungan linear.

c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi syarat adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Pada program SPSS, untuk menguji heteroskedastisitas dilakukan melalui cara uji koefisien korelasi *Spearman*, dengan syarat jika signifikansi $> 0,05$ model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Analisis Regresi Linear Sederhana

Dalam penelitian ini, setelah uji asumsi dilakukan dan memenuhi syarat, peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengukur kekuatan dan melihat arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Secara

umum, persamaan regresi linear sederhana dapat ditulis dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y: variabel dependen (minat menggunakan)

a: nilai konstanta

b: koefisien regresi

X: variabel independen (persepsi kemudahan penggunaan)

4) Uji Hipotesis (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui hubungan parsial antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* (uji t), dimana t hitung dibandingkan dengan t tabel. Adapun kriteria dalam menguji hipotesis, antara lain:

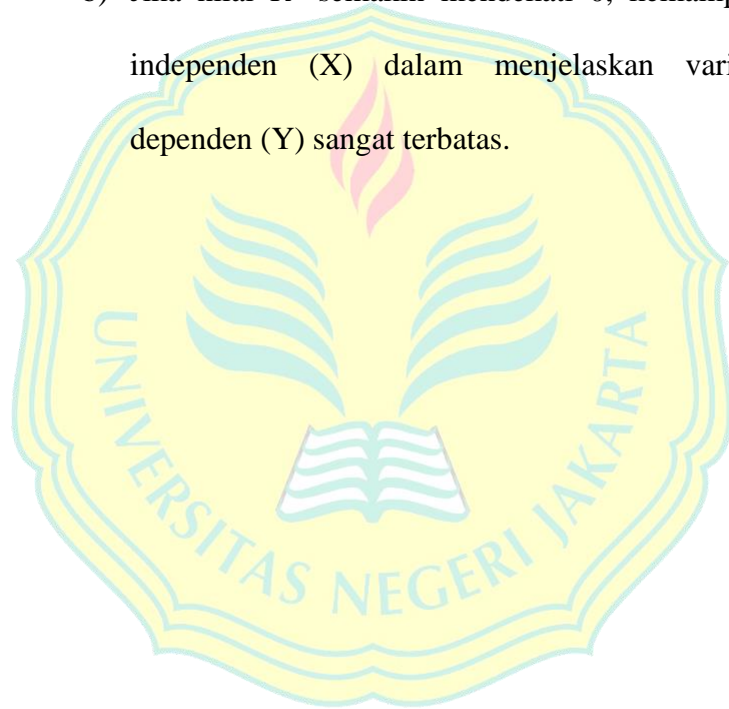
- a) Jika signifikansi $< 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b) Jika signifikansi $> 0,05$, H_0 diterima dan H_a ditolak.

5) Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018), koefisien determinasi pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$).

Oleh karena itu, Ghozali (2018) menyatakan kriteria yang digunakan, yaitu:

- a) Jika nilai R^2 semakin mendekati 1, variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Y).
- b) Jika nilai R^2 semakin mendekati 0, kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Y) sangat terbatas.



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*