

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Subjek Penelitian**

Penelitian ini mengambil populasi dari Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan menggunakan sebagian dari elemen-elemen populasi dengan cara pengambilan *sample*. Pengambilan *sample* ini diharapkan dapat mewakili seluruh populasi.

Subjek penelitian (*sample*) yang digunakan adalah mahasiswa yang merupakan *seller* terdaftar pada media *e-commerce* Shopee, Tokopedia, Lazada maupun media sosial lainnya yang berdomisili di Yogyakarta dan memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta angkatan 2015-2016 yang aktif dan telah menggunakan media *e-commerce* untuk menjual produknya selama minimal enam bulan terakhir.
2. Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta angkatan 2015-2016 yang aktif dan sedang menjual produknya menggunakan media *e-commerce* seperti; Lazada.co.id, Shopee.co.id, Tokopedia.com, maupun sosial media.

3. Telah mengambil mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi dan Manajemen (SIAM) sehingga di asumsikan dapat mengelola laporan keuangan penjualannya sendiri dan paham bagaimana memanfaatkan SIA, SIA berbasis *e-commerce* yang dimaksud pada penelitian ini adalah media *e-commerce* yang dibuat oleh perusahaan untuk bertransaksi dengan pengguna eksternal melalui perantara internet, seperti *website* atau jejaring sosial mulai dari proses pemesanan produk hingga produk diterima oleh pengguna eksternal.

Jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini sebanyak minimum 30 responden untuk tiap kategori sehingga diharapkan sesuai dengan penelitian ini (Sekaran, 2006). Sampel akan dipecah menjadi sub-sampel (pria/wanita; junior/senior; dan sebagainya) sehingga nantinya ukuran sampel minimum 30 responden untuk tiap kategori adalah tepat sasaran (Sekaran, 2006). Jumlah sub-sampel dalam penelitian ini adalah dua, karenanya target sampel minimal yang diharapkan dalam penelitian ini sebanyak 70 responden. Pengukuran *sample* pada penelitian ini dilakukan sebagai berikut<sup>1</sup>:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 responden dan kurang dari 500 responden adalah tepat untuk penelitian ini.

---

<sup>1</sup> Pengukuran *sample* mengacu pada Roscoe (1975)

2. Sampel dipecah dalam sub-sampel (pria/wanita; junior/senior; dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 responden untuk tiap kategori adalah tepat untuk penelitian ini.
3. Dalam penelitian *multivariate*, ukuran sampel sebaiknya beberapa kali lebih besar dari jumlah variabel dalam studi.

## **B. Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan yaitu data primer. Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari responden atau subjek penelitian dengan cara menyebarkan kuisioner maupun wawancara langsung. Informasi yang terkandung dalam data primer terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian diperoleh langsung dari responden oleh peneliti disesuaikan dengan tujuan dari penelitian itu sendiri. Sumber data primer dapat diperoleh dari perorangan, suatu kelompok tertentu, maupun dari internet apabila kuisioner disebar melalui internet.

Data primer dalam penelitian ini berasal dari penyebaran lembaran kuisioner oleh peneliti langsung kepada responden. Dalam kuisioner tersebut terdiri dari beberapa pertanyaan terkait variabel penelitian yang digunakan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut telah disusun oleh peneliti sehingga nantinya akan diperoleh jawaban berupa informasi dari responden terkait minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Muhammadiyah Yogyakarta yang merupakan *seller online shopping*. Data primer pada penelitian ini adalah jawaban dari responden mengenai variabel penelitian yaitu sikap pengguna, norma subjektif, *perceived behavioral control*, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce*.

### **C. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik yang dilakukan dalam mengambil *sample* yang ada di dalam populasi secara non acak dan memperhatikan strata yang ada didalam populasi tersebut. Hal tersebut dilakukan agar setiap *sample* yang ada di dalam populasi lebih *representative*. Arikunto (2006) menjelaskan pengertian *purposive sampling* sebagai teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei lapangan. Survei lapangan dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan terkait variabel penelitian. Sumber data ini akan didasarkan pada skor terhadap setiap indikator sesuai dengan variabel yang didapatkan dari hasil

kuisisioner yang telah dibagikan terhadap responden. Kuisisioner yang akan dipakai terdiri dari bagian identitas responden dan bagian *item* pertanyaan.

Bagian karakteristik responden berisi format pertanyaan mengenai data diri responden. Sedangkan bagian *item* pertanyaan berisi enam sub-bagian dan terdapat satu tambahan bagian pertanyaan di luar kerangka variable penelitian. Pada sub-bagian pertama terdiri dari empat pertanyaan mengenai variabel sikap pengguna ( $X_1$ ). Kedua terdiri dari tiga pertanyaan mengenai variabel norma subjektif ( $X_2$ ). Ketiga terdiri dari lima pertanyaan mengenai variabel control perilaku persepsian ( $X_3$ ). Keempat terdiri dari enam pertanyaan mengenai kemudahan penggunaan persepsian ( $X_4$ ). Kelima terdiri dari enam pertanyaan mengenai kegunaan persepsian ( $X_5$ ). Keenam terdiri dari empat pertanyaan mengenai variabel minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* ( $Y$ ), sehingga apabila ditotal terdapat 29 butir pertanyaan.

**Tabel 3.1.**  
Indikator-indikator konstruk penelitian

No.	Konstruk	Indikator
1.	Sikap Pengguna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sikap penolakan terhadap sistem informasi akuntansi yang disediakan oleh media <i>e-commerce</i></li> <li>2. Sikap penerimaan terhadap sistem informasi akuntansi yang disediakan oleh media <i>e-commerce</i></li> <li>3. Pengalaman menyenangkan menggunakan sistem informasi akuntansi yang disediakan oleh media <i>e-commerce</i></li> </ol>
2.	Norma Subjektif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Orang sekitar individu yang mempengaruhi sehingga timbul</li> </ol>

		<p>perilaku menggunakan media <i>e-commerce</i> karena sistem informasi akuntansinya</p> <p>2. Orang terdekat individu yang mempengaruhi sehingga timbul perilaku menggunakan media <i>e-commerce</i> karena sistem informasi akuntansinya</p>
3.	Persepsi Kontrol Perilaku	<p>1. Kemauan menggunakan media <i>e-commerce</i> karena sistem informasi akuntansinya</p> <p>2. Kemampuan menggunakan media <i>e-commerce</i> karena sistem informasi akuntansinya</p>
4.	Persepsi Kegunaan	<p>1. Penjualan produk lebih maksimal</p> <p>2. Mendapatkan informasi keuangan terkait penjualan terasa lebih mudah</p> <p>3. Mengembangkan kinerja individu</p> <p>4. Meningkatkan produktivitas individu</p> <p>5. Meningkatkan efektivitas individu</p> <p>6. Berguna bagi individu</p>
5.	Persepsi Kemudahan	<p>1. Mudah untuk dipelajari</p> <p>2. Mudah untuk membantu mencapai target penjualan dengan bantuan informasi keuangan dari sistem informasi akuntansinya</p> <p>3. Jelas dan mudah dipahami</p> <p>4. Fleksibel</p> <p>5. Bebas dari kesulitan</p> <p>6. Kemudahan penggunaan</p>
6.	Minat Menggunakan SIA berbasis <i>e-commerce</i>	<p>1. Keinginan untuk menggunakan media <i>e-commerce</i> karena merasakan dampak positif dari sistem informasi akuntansi yang disediakan</p> <p>2. Keinginan untuk menjual produk menggunakan media <i>e-commerce</i> dengan bantuan informasi keuangan yang dihasilkan oleh fitur-fitur keuangan media <i>e-commerce</i></p> <p>3. Keinginan untuk lebih sering menjual produk menggunakan media <i>e-commerce</i> karena terdapat informasi keuangan yang dibutuhkan</p>

		yang dihasilkan oleh fitur-fitur keuangan pada media <i>e-commerce</i>
--	--	------------------------------------------------------------------------

Pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner disusun sedemikian rupa sehingga dalam pengisiannya dapat sederhana dan ringkas sehingga responden pun dapat memahami sistematika kuesioner. Seluruh variabel penelitian diukur berdasarkan skala likert 5 poin, dengan skor terendah 1 (sangat tidak setuju) hingga skor tertinggi 5 (sangat setuju).

Pengukurannya sebagai berikut:

- 1) STS : Sangat Tidak Setuju (Skor 1)
- 2) TS : Tidak Setuju (Skor 2)
- 3) N : Netral (Skor 3)
- 4) S : Setuju (Skor 4)
- 5) SS : Sangat Setuju (Skor 5)

Selain menggunakan metode survei lapangan, penelitian ini juga menggunakan metode studi referensi dan studi literatur untuk mempelajari teori yang digunakan dalam penelitian ini. Metode ini digunakan untuk menggambarkan referensi teoritis dalam tinjauan literatur menggunakan analisis deduktif teori dan berdasarkan pendapat para ahli yang dikumpulkan dari sumber yang layak dan mendukung. Studi pustaka menggunakan sumber yang berasal dari data yang valid dan memiliki korelasi dengan topik penelitian.

Pada penelitian ini, pengumpulan data melalui data primer dengan kuesioner oleh peneliti dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang merupakan *seller* serta memasarkan produknya menggunakan media *e-commerce*. Kuesioner yang didistribusikan akan diambil atau ditunggu langsung sesuai dengan perjanjian yang ada antara peneliti dan responden.

#### E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

##### 1. Variabel Dependen

Pada penelitian ini, variabel dependennya adalah Minat Menggunakan SIA Berbasis *E-Commerce* (Y). Minat didefinisikan sebagai suatu keinginan seorang individu untuk melakukan hal tertentu yang berasal dari dirinya sendiri.

**Tabel 3.2.**  
Item Pertanyaan konstruk Minat Keprilakuan

No.	Pertanyaan
1.	Saya tidak akan menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> untuk menjual produk dimasa yang akan datang
2.	Saya berniat untuk tetap menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> untuk menjual produk dimasa yang akan datang
3.	Rekan-rekan saya berfikir sebaiknya saya tidak menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i>
4.	Saya berencana akan terus menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i>

Determinan Minat diukur dengan empat item pertanyaan yang berhubungan dengan minat keprilakuan terhadap penggunaan SIA



berbasis *e-commerce*. Pertanyaan-pertanyaan tersebut di adopsi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lee *et al.*, (2010) menggunakan skala likert lima point. Semakin tinggi skor yang diisi maka menunjukkan semakin tinggi pula minat dari individu tersebut dalam menggunakan SIA berbasis *e-commerce* sehingga memungkinkan untuk meningkatkan validalitas dan reabilitas pengukuran.

## 2. Variabel Independen

### a. Sikap Pengguna

Didefinisikan sebagai respon *positif* atau *negative* yang dirasakan oleh pengguna eksternal terhadap sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yang didesain oleh suatu perusahaan. Variabel independen Sikap Pengguna ( $X_1$ ) merupakan variabel yang berasal dari model TPB.

**Tabel 3.3.**  
Item Pertanyaan konstruk Sikap Pengguna

No.	Pertanyaan
1.	Saya berfikir bahwa menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> untuk menjual produk merupakan ide yang buruk
2.	Saya berfikir bahwa menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> untuk menjual produk merupakan ide yang bijaksana
3.	Saya berfikir bahwa menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> untuk menjual produk kurang menguntungkan bagi saya
4.	Saya memiliki pendapat positif mengenai sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i>

Instrumen pengukuran yang digunakan berupa empat butir pertanyaan yang di adopsi dari penelitian terdahulu Lee *at al.*, (2010). Pertanyaan tersebut diukur dengan skala likert lima point. Pertanyaan berpengaruh terhadap pikiran dan apa yang dirasakan oleh individu saat menggunakan SIA berbasis *e-commerce*. Dalam penelitian ini, sikap pengguna diartikan sebagai respon berupa suka atau tidak suka terhadap media *e-commerce* untuk memasarkan produk.

b. Norma Subjektif

Didefinisikan sebagai motivasi yang berasal dari lingkungan sekitar/dari pihak lain sehingga mempengaruhi suatu individu dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Variabel independen Norma Subjektif ( $X_2$ ) merupakan variabel yang berasal dari model TPB.

**Tabel 3.4.**  
Item Pertanyaan konstruk Norma Subjektif

No.	Pertanyaan
1.	Keluarga saya berfikir sebaiknya saya tidak menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> untuk menjual produk
2.	Sahabat saya berfikir sebaiknya saya menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> untuk menjual produk
3.	Rekan-rekan saya berfikir sebaiknya saya menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> untuk menjual produk
4.	Kerabat saya berfikir sebaiknya saya tidak menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> untuk menjual produk

Instrumen pengukuran yang digunakan berupa empat butir pertanyaan yang di adopsi dari penelitian terdahulu Lee *at al.*, (2010). Pertanyaan tersebut diukur dengan skala likert lima point. Norma subjektif berupa tekanan sosial berdasarkan kepercayaan orang lain yang berada dekat dengan individu sehingga dapat mempengaruhi minat dan pertimbangan untuk melakukan maupun tidak melakukan suatu hal.

c. Persepsi Kontrol Perilaku

Didefinisikan sebagai rasa mudah atau susah yang dirasakan oleh suatu individu ketika menggunakan sistem informasi berbasis *e-commerce*. Variabel independen Persepsi Kontrol Perilaku ( $X_3$ ) merupakan variabel yang berasal dari model TPB.

**Tabel 3.5.**  
Item Pertanyaan konstruk Persepsi Kontrol Perilaku

No.	Pertanyaan
1.	Saya dapat mengoperasikan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> untuk menjual produk
2.	Saya memiliki sumber daya untuk dapat berjualan menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i>
3.	Saya tidak memiliki pengetahuan untuk dapat berjualan menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i>
4.	Saya memiliki kemampuan untuk dapat berjualan menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i>
5,	Saya menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> untuk berjualan atas dasar keinginan saya sendiri

Instrumen pengukuran yang digunakan berupa lima butir pertanyaan yang di adopsi dari penelitian terdahulu Sulistiyarini (2012). Pertanyaan tersebut diukur dengan skala likert lima point. Dalam penelitian ini, Persepsi Kontrol Perilaku merupakan kepercayaan mengenai sumber daya internal dan eksternal serta kesempatan yang dimiliki oleh pengguna untuk mengendalikan berbagai aspek dalam penggunaan SIA berbasis *e-commerce*.

d. Persepsi Kegunaan

Didefinisikan sebagai tingkat keyakinan yang dirasakan oleh pengguna eksternal terhadap SIA berbasis *e-commerce* yang dapat meningkatkan produktivitas penjualannya. Variabel independen Persepsi Kegunaan ( $X_4$ ) merupakan variabel yang berasal dari model TAM.

**Tabel 3.6.**  
Item Pertanyaan konstruk Persepsi Kegunaan

No.	Pertanyaan
1.	Sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> memungkinkan saya untuk menjual produk lebih cepat
2.	Menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> untuk menjual produk meningkatkan kinerja saya
3.	Menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> untuk menjual produk meningkatkan produktivitas saya
4.	Menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> untuk menjual produk dapat meningkatkan keefektifan penjualan saya
5.	Menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> membuat saya lebih mudah untuk menjual produk

6.	Secara keseluruhan menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> bermanfaat dalam menjual produk
----	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Instrumen pengukuran yang digunakan berupa enam butir pertanyaan yang di adopsi dari penelitian terdahulu oleh Sulistyarini (2012). Pertanyaan tersebut diukur dengan skala likert lima point. Persepsi Kegunaan merupakan rasa yakin dan percaya bahwa dengan menggunakan media *e-commerce* akan meningkatkan kinerja. Selain itu juga pengguna merasa adanya kegunaan dari SIA berbasis *e-commerce* sehingga timbul minat untuk menggunakan, apabila pengguna merasa tidak ada kegunaannya maka individu tersebut tidak akan menggunakan suatu sistem, yang mana dalam hal ini adalah SIA berbasis *e-commerce*

e. Persepsi Kemudahan

Didefinisikan sebagai tingkat keyakinan yang dirasakan oleh pengguna eksternal bahwa penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dapat mempermudah dalam memasarkan produk. Variabel independen Persepsi Kemudahan ( $X_5$ ) merupakan variabel yang berasal dari model TAM.

**Tabel 3.7.**  
Item Pertanyaan konstruk Persepsi Kemudahan

No.	Pertanyaan
1.	Mudah bagi saya untuk mengoperasikan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> sesuai

	dengan keinginan saya
2.	Saya merasa menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> itu kaku dan tidak fleksibel
3.	Tidak mudah bagi saya untuk dapat mengoperasikan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i>
4.	Interaksi saya dengan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> jelas dan mudah dipahami
5.	Saya membutuhkan banyak usaha untuk dapat terampil dalam menggunakan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i>
6.	Secara keseluruhan sistem informasi akuntansi pada media <i>e-commerce</i> mudah digunakan untuk menjual produk

Instrumen pengukuran yang digunakan berupa enam butir pertanyaan yang di adopsi dari penelitian terdahulu Yasnita (2013). Pertanyaan tersebut diukur dengan skala likert lima point. Persepsi Kemudahan merupakan rasa yakin suatu individu bahwa menggunakan media e-commerce merupakan hal mudah dan tidak memerlukan usaha keras penggunaanya.

Apabila diringkas dalam satu tabel berupa tabel variabel operasional penelitian ini akan terlihat seperti berikut; variabel dalam penelitian yang digunakan terdiri dari variabel independen yaitu sikap pengguna ( $X_1$ ), norma subjektif ( $X_2$ ), *perceived behavioral control* ( $X_3$ ), persepsi kegunaan ( $X_4$ ), persepsi kemudahan ( $X_5$ ), dan variabel dependen minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce* ( $Y$ ).

**Tabel 3.8.**  
Variabel Operasional

No.	Variabel	Definisi	Pengukuran
1	X <sub>1</sub> Sikap Pengguna	Merupakan respon <i>positif</i> atau <i>negative</i> yang dirasakan oleh pengguna eksternal terhadap sistem informasi akuntansi berbasis <i>e-commerce</i> yang didesain oleh suatu perusahaan.	Skala Likert 5 poin
2	X <sub>2</sub> Norma Subjektif	Motivasi yang berasal dari lingkungan sekitar/dari pihak lain sehingga mempengaruhi suatu individu dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis <i>e-commerce</i> .	Skala Likert 5 poin
3	X <sub>3</sub> <i>Perceived Behavioral Control</i>	Rasa mudah atau susah yang dirasakan oleh suatu individu ketika melakukan suatu perilaku.	Skala Likert 5 poin
4	X <sub>4</sub> Persepsi Kegunaan	Tingkat keyakinan yang dirasakan oleh pengguna eksternal terhadap SIA berbasis <i>e-commerce</i> yang dapat meningkatkan produktivitasnya.	Skala Likert 5 poin
5	X <sub>5</sub> Persepsi Kemudahan	Tingkat keyakinan yang dirasakan oleh pengguna eksternal bahwa penggunaan sistem informasi dapat mempermudah karyawan dalam melakukan transaksi.	Skala Likert 5 poin
6	Y Minat Penggunaan SIA berbasis <i>E-Commerce</i>	Suatu keinginan seorang individu untuk melakukan hal tertentu yang berasal dari dirinya sendiri.	Skala Likert 5 poin

### 3. Pertanyaan Tambahan

Pada kuisisioner yang dibagikan kepada Responden, Peneliti menambahkan satu pertanyaan yaitu:

**Tabel 3.9.**  
Item Pertanyaan Tambahan dari Peneliti

No.	Pertanyaan
1.	Dalam melakukan penjualan produk menggunakan media <i>e-commerce</i> , apakah Saudara/i membuat laporan keuangan penjualan sendiri?

Pertanyaan tersebut merupakan pertanyaan tambahan dari Peneliti, ditujukan kepada Responden. Kolom jawaban dari pertanyaan tersebut yaitu terdapat pilihan Ya, Tidak, dan Lainnya. Pada tiap pilihan jawaban terdapat uraian singkat untuk menjelaskan alasan dari responden mengapa memilih jawaban tersebut. Tujuan Peneliti menambahkan pertanyaan tambahan tersebut kepada Responden adalah untuk mengetahui apakah produk-produk akuntansi seperti laporan keuangan penjualan yang disediakan oleh media *e-commerce* sudah cukup membantu Responden dalam menghasilkan informasi keuangan yang dibutuhkan atau belum cukup membantu, sehingga Responden merasa perlu untuk membuat laporan keuangan penjualannya sendiri guna mendapatkan informasi keuangan yang dibutuhkan. Oleh karena itu, Peneliti memutuskan untuk menambahkan pertanyaan tambahan tersebut guna menghasilkan



analisa mendalam terkait minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*.

## **F. Uji Kualitas Instrumen Data**

Uji kualitas instrumen data adalah suatu instrument yang digunakan untuk menguji apakah instrument penelitian yang digunakan valid dan reliabel. Pada penelitian ini, semua variabel akan diuji validitas dan reabilitasnya untuk meyakinkan bahwa semua variabel yang digunakan telah memenuhi kriteria atau tidak. Penjelasan lebih lanjut terkait uji validitas dan uji reabilitas akan diuraikan sebagai berikut:

### **1. Uji Validitas**

Tingkat validitas akan berdampak pada hasil dari uji hipotesis. Apabila data yang diuji ternyata tidak memenuhi kriteria validitas, maka kesimpulan penelitian akan bertolak belakang atau salah. Uji validitas sangat penting untuk dilakukan sehingga dapat lebih meyakinkan apakah indikator pertanyaan pada kuisisioner yang digunakan sah. Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dapat dikatakan valid jika kuisisioner tersebut dapat digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut. Untuk uji validitas digunakan program SPSS dan menggunakan teknik *Bivariate Pearson*. Teknik ini yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Jika uji

2 sisi dengan  $\text{sig.} < 0,05$  atau 5%, maka instrumen yang berkorelasi signifikan terhadap skor total dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan pada indikator pertanyaan apakah dapat menghasilkan kekonsistensian atau tidak. Kuisisioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang dari kuisisioner tersebut adalah konsistensi dari waktu ke waktu (Lestari, 2017). Dengan kata lain, reliabilitas ini menggambarkan tingkat konsistensi. Pengujian ini akan dilakukan dengan program SPSS dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Rumus ini membandingkan koefisien Alpha dengan koefisien  $r$  yaitu 0,6. Akan dianggap reliabel jika koefisien Alpha  $> r$ .

## G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

### 1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memperlihatkan tentang gambaran utama dari kondisi masing-masing variabel penelitian. Pada penelitian ini menggunakan lima parameter untuk mendeskripsikan suatu kondisi. Tiap parameter mempunyai *range* skor (tertinggi dan terendah), *mean*, dan *median*.

### 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Uji asumsi klasik

digunakan untuk mengetahui apakah data telah memenuhi persyaratan ketiga tes tersebut dan apabila telah memenuhi syarat, maka model regresi dapat dikatakan memenuhi kelayakan.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Uji normalitas penting dikarenakan dengan data yang normal maka data tersebut dapat dianggap mewakili populasi penelitian (Priyatno, 2010). Uji normalitas data dilakukan untuk melihat apakah residual nilai terdistribusi secara normal atau tidak. Tes ini berguna untuk mengetahui apakah data yang diambil atau dikumpulkan untuk model regresi antara variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) berasal dari populasi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *One-Sample-Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan melihat kriteria sig.:

- 1) Jika nilai sig > 0,05, maka sisa penyebarannya normal, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara data yang akan diuji dengan data normal baku, artinya, ya. Berarti data yang kita uji normal, tidak berbeda dengan normal baku.

2) Jika nilai sig  $< 0,05$ , maka sisa menyebar tidak normal, yang berarti asumsi normalitas untuk model regresi tidak bertemu.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi dimana regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas (Priyatno, 2010). Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat yaitu dengan melihat grafik antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan residualnya (SRESID). Sehingga untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas, peneliti menggunakan uji *range spearman* dengan bantuan SPSS. Apabila nilai korelasi *unstandardized residual* dengan masing-masing variabel  $> 0,05$  maka tidak ada masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan keadaan dimana ada hubungan liner secara sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen dalam model regresi (Priyatno, 2010). Tujuan dilakukan uji ini yaitu untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Multikolinearitas antar variabel dapat dilihat dari

*tolerance* dan varians faktor inflasi (VIF) yang mana kedua ukuran tersebut menunjukkan bahwa tiap variabel independen yang satu dijelaskan oleh variabel independen yang lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (Ghozali, 2011:91). Apabila nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF <10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Hipotesis

1) Analisis Liner Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis linear berganda pada penelitian ini dapat dituliskan dengan rumus :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y :Minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce*

X<sub>1</sub> : Sikap pengguna

X<sub>2</sub> : Norma subjektif

X<sub>3</sub> : *Perceived behavioral control*

X<sub>4</sub> : Persepsi kegunaan

X<sub>5</sub> : Persepsi kemudahan

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$  : Koefisien X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub>

$\alpha$  : Konstanta

e : *Error*

## 2) Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah signifikan atau tidak. Hipotesis penelitian dapat diterima dan koefisien regresi searah dengan hipotesis jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$ .

## 3) Uji F

Uji F atau uji serempak dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa secara bersama-sama seluruh variabel bebas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat dan hipotesis dapat diterima.