

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berlandaskan sumber data atau informasi yang didapat pada penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti merupakan penelitian lapangan. Pada penelitian ini penulis melakukan penelitiannya di kota Kudus.

Pada penelitian ini memakai pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian yang berkaitan dengan angka, data berupa bilangan yang ditelaah dengan perhitungan statistik untuk menjawab hipotesis penelitian yang bersifat khusus, serta memprediksikan bahwa sebuah variabel terpilih dapat mempengaruhi variabel yang lain. Peneliti menyebarkan angket penelitian menggunakan Google Formulir untuk memperoleh data dari orang yang bersangkutan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan area generalisasi yang meliputi objek/subyek yang memiliki kuantitas dan ciri-ciri khususmrt yang ditentukan oleh peneliti untuk diamati dan selanjutnya diambil kesimpulannya.¹ Pada penelitian ini yang menjadi populasi yaitu masyarakat pengguna uang elektronik (*e-money*) di Kota Kudus, sebab itu populasi ini adalah populasi yang tidak terbatas karena tidak diketahui secara jelas kuantitas yang sesungguhnya dari konsumen atau pengguna uang elektronik (*e-money*) di Kota Kudus.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, ataupun anggota kecil dari populasi yang diambil berdasarkan prosedur tertentu sehingga mampu mewakili populasinya.² Pada *non probability sampling* ini peneliti menggunakan metode *insidental*. Metode *insidental* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan

¹ Sindu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015) 63. 19 Januari 2021, <https://id.b-ok.asia/book/5686377/494b68>

² Sindu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 64.

kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*isidental* bertemu dengan peneliti³

Suatu penelitian yang populasinya tidak diketahui secara jelas, maka digunakan teknik *Sampling Kemudahan*. Berdasarkan perhitungan memperoleh sebanyak 100 sampel penduduk yang menggunakan uang elektronik di Kota Kudus. Maka perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini berdasarkan rumus berikut :⁴

$$n = Z^2 / 4e^2$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat Keyakinan Sampel yang dibutuhkan dalam penelitian,

e = Batas kesalahan yang diperbolehkan atau taraf nyata (1%, 5%, dan 10%)

Jadi besarnya sampel yang digunakan sebagai berikut :

$$n = 1,96^2 / 4(0,1)^2$$

$$n = 3.8416 / 4 (0,01)$$

$$n = 3.8416 / 0,04$$

$$n = 96,04$$

Maka jumlah sampel pada penelitian ini di bulatkan menjadi 97 responden. Sampel ini merupakan pengguna Uang Elektronik di Kabupaten Kudus.

C. Identifikasi Variabel

Sebuah penelitian terdapat Identifikasi Variabel yang perlu ditetapkan terlebih dahulu sebelum memperhitungkan metode pengerjaan dan penjabaran data penelitian, dengan tujuan untuk mempermudah penentuan teknis analisis data yang akan dipakai. Pada penelitian ini memiliki tiga variabel untuk pengujian hipotesis, yaitu :

1. Variabel independen (X) : *Trust*
Product Knowledge
2. Variabel dependen (Y) : Keputusan Penggunaan

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 82.

⁴ Aloysius Rangga Aditya Nalendra, dkk., *Statistik Seri Dasar Dengan SPSS*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 27-28. 21 Januari 2021, <https://books.google.co.id/books?id=kg4eEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id>

D. Variabel Operasional

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, dipakai untuk mencermati populasi atau sampel khusus, pengumpulan data memakai instrumen penelitian, analisis data pada penelitiannya berupa data kuantitatif/statistik, yang memiliki maksud untuk membuktikan hipotesis yang telah ditentukan.⁵

Pada penelitian ini memiliki tujuan memahami pengaruh *trust* dan *product knowledge* terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di era pandemi Covid-19. Jenis data penelitian ini adalah data primer. Data primer ialah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti yang berguna untuk menanggapi sebuah permasalahan atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan memakai metode pengumpulan data survei atau observasi.⁶

Data penelitian yang dilakukan penulis didapatkan dari jawaban responden yang menjawab instrumen pernyataan pada angket yang disebar oleh peneliti. Penyebaran angket dilakukan kepada seluruh masyarakat di Kota Kudus dengan batasan usia 18 – 35 tahun ke atas yang sudah pernah melakukan transaksi menggunakan uang elektronik (*e-money*), karena pengguna tersebut dianggap mengetahui tentang topik atau tujuan yang dibahas pada penelitiannya ini.

Definisi operasional pada penelitian ini dapat dijelaskan diantaranya :

1. Variabel Dependent (Y)

Variabel dependent diartikan sebagai variabel terikat. Variable dependen ini dipengaruhi dan merupakan akibat, karena adanya variabel bebas.⁷ Penelitian ini memiliki variabel dependent yaitu keputusan memakai uang elektronik (*e-money*) di mana seorang tersebut mencoba menggunakan,

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 8.

⁶ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: Grasindo, 2005), 168. Diakses pada 2 Februari 2021,

<https://books.google.co.id/books?id=XOytduwzBzAC&printsec=frontcover&hl=id>

⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 39.

menggunakan kembali, dan menggunakan uang elektronik terus menerus.

2. Variabel Independen (X)

Variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab berubahnya atau munculnya variabel terikat (variabel dependen).⁸ Variabel independent lebih dikenal dengan sebutan variabel bebas, berikut adalah variabel bebas yang dipakai peneliti :

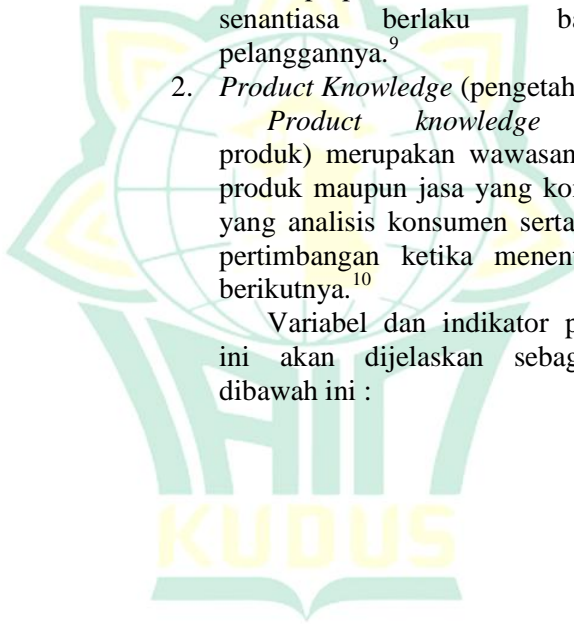
1. *Trust* (kepercayaan)

Trust (kepercayaan) adalah rasa yakin terhadap produsen untuk dipercaya serta senantiasa berlaku baik terhadap pelanggannya.⁹

2. *Product Knowledge* (pengetahuan produk)

Product knowledge (pengetahuan produk) merupakan wawasan tentang suatu produk maupun jasa yang konsumen miliki, yang analisis konsumen serta dipakai untuk pertimbangan ketika menentukan langkah berikutnya.¹⁰

Variabel dan indikator pada penelitian ini akan dijelaskan sebagaimana tabel dibawah ini :



⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 39

⁹ Muhammad Rafiq, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen Pada Merek Terhadap Loyalitas", *Jurnal JMK*, Vol. 6 No. 2, (2016), 41. 2 Februari 2021, <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jmk/article/download/269/pdf>

¹⁰ Ira Ningrum Resmawa, "Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention dengan Green Price sebagai Moderating Variabel pada Produk the Body Shop di Surabaya", *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2, (2017), 4. 3 Februari 2021. <http://jameb.stimlasharanjaya.ac.id/JAMEB/issue/download/4/JAMEB>

Tabel 3.1. Variabel dan Indikator

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Trust</i> (X1)	Mowen dan Minor menyatakan bahwa kepercayaan merupakan seluruh wawasan yang dimiliki konsumen, dan semua kesimpulan yang diciptakan oleh konsumen mengenai objek, atribut, dan manfaatnya ¹¹	<i>Integrity</i>	Bertindak sesuai dengan janji-janji kepada konsumen.	<i>Likert</i> 1-5
		<i>Benevolence</i>	Mampu men jaga komitmen kepada konsumen serta dapat dipercaya.	
		Kompetensi	Mampu memecahkan setiap masalah yang dihadapi oleh konsumen.	
		Konsistensi	Memiliki ketepatan dalam bertindak	

¹¹ Etta Mamang Sangadji, dan Sopiya, *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis*, 201-202.

		Keterbukaan	Berisikap terbuka serta tidak menutup-nutupi sesuatu bagi konsumen. ¹²	
<i>Product Knowledge (X2)</i>	Peter dan Olson menyatakan pengetahuan produk merupakan kumpulan atau himpunan dari bermacam-macam informasi mengenai suatu produk. ¹³	Pengetahuan atribut produk	Mengetahui penggambaran ciri fisik produk.	<i>Likert 1-5</i>
			Mengetahui penjelasan karakteristik khusus sebuah produk.	
		Pengetahuan manfaat produk	Konsumen mengetahui manfaat yang diperoleh pengguna secara fisiologis.	

¹² Ayu Ratih Permata S. & Ni Nyoman Kerti Y, “Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com”, 25-26

¹³ Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen, (Sikap dan Pemasaran)*, 66.

			Konsumen mengetahui manfaat yang diperoleh pengguna secara psikososial sebuah produk.	
		Pengetahuan yang didapatkan konsumen dari sebuah produk/jasa ¹⁴	Konsumen merasakan manfaat yang baik ataupun merasakan resiko dari sebuah produk	
<i>Keputusan Pengguna (Y)</i>	Menurut Kotler dan Lavy, keputusan pengguna/pe mbelian merupakan perilaku yang	Pengenalan masalah	Individu menyadari adanya masalah atau keperluan.	<i>Likert 1-5</i>

¹⁴ Vinna Sri Yuniarti, “Perilaku Konsumen Teori dan Praktik”, 131-132.

ditunjukkan individu atau konsumen dalam pembelian, pendayagunaan barang atau jasa. ¹⁵	Pencarian informasi	Individu menelusuri informasi produk yang dibutuhkan.
	Evaluasi Alternatif	Individu menggunakan informasi produk sebagai bahan pertimbangan dalam memilih.
	Keputusan penggunaan	Individu menentukan sikap untuk melakukan pembelian atau tidak
	Perilaku pascapenggunaan	Suatu produk atau layanan mampu memberikan kepuasan terhadap penggunaanya atau tidak. ¹⁶

Sumber: Mowen dan Minor, Peter dan Olson, Kotler dan Levy.

¹⁵ Nana Triapnita Nainggolan, dkk., *Perilaku Konsumen Di Era Digital*, (Yayasan Kita Menulis, 2020), 36. Diakses pada 28 Februari 2021, <https://books.google.co.id/books?id=XvsAEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id>

¹⁶ Philip Kotler, dan Kevin L. Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid*, 184-190.

E. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Penggunaan uji validitas bertujuan mengetahui kelayakan pernyataan-pernyataan pada sebuah daftar (konstruk) untuk mendefinisikan suatu variabel. Validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana akurasi dan ketelitian sebuah pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya.¹⁷

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Korelasi Pearson. Valid atau tidak dapat diketahui melalui nilai signifikansi yaitu valid jika $< 0,05$ dan tidak valid jika nilai signifikan $> 0,05$. Selain itu, dapat diketahui juga dengan mengkomparasikan nilai r_{hitung} (nilai Pearson Correlation) dengan r_{tabel} (diperoleh dari tabel r). Apa bila nilai r hitung $> r$ tabel maka dikatakan valid, apabila nilai r hitung $< r$ tabel maka dinyatakan tidak valid.¹⁸

2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas merupakan ukuran sebuah konsistensi dan kestabilan responden saat memberikan jawaban atas hal yang berhubungan dengan instrumen pertanyaan yang tidak lain adalah dimensi dari sebuah variabel dan dirancang dalam bentuk kuesioner.¹⁹

Teknik yang dipakai dalam kajian ini memakai skala Likert (rentangan 1-5) adalah *CronbachAlpha*. Penentuan suatu item instrumen apakah reliabel atau tidak reliabel dengan batasan 0,6. Berdasarkan pendapat Sekaran, reliabilitas $< 0,6$ dikatakan kurang baik, sedangkan untuk 0,7 dapat diterima dan melebihi 0,8 dapat diartikan baik.²⁰

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan komponen instrument pengumpulan data yang memastikan keberhasilan

¹⁷Tim Penyusun, *Metode riset untuk bisnis & manajemen*, (Bandung: Utamalab, 2007), 20

¹⁸Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, Edisi 2, (Ponorogo: CV. Wade Group, 2017), 65. Diakses pada 3 Maret 2021, <https://books.google.co.id/books?id=MQCGDwAAQBAJ&printsec=froncover&hl=id>

¹⁹Tim Penyusun, *Metode riset untuk bisnis & manajemen*, 24.

²⁰Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, Edisi 2, 79

penelitian tersebut. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini didapatkan melalui penggunaan metode angket dan metode dokumentasi.

1. Metode angket

Metode angket yaitu berupa rancangan pertanyaan atau pernyataan yang telah tersusun serta terstruktur, yang selanjutnya diberikan pada responden untuk diisi, kemudian angket tersebut diberikan kembali kepada kepetugas atau kepada peneliti.²¹ Metode angket atau kuesioner merupakan metode yang diambil dalam penelitian ini.

Pada kuesioner ini meliputi beberapa pernyataan mengenai variabel *Trust* (X_1), *Product Knowledge* (X_2), dan Keputusan Penggunaan (Y). Dalam angket ini menggunakan desain pernyataan terbuka yaitu berisikan sejumlah pernyataan yang mengarah pada data diri responden berupa gender responden, usia responden, pendidikan responden, alamat responden, dan juga profesi dari responden. Pernyataan ini dipakai untuk menelaah jawaban responden pada pernyataan tertutup karena taraf kognisi sebagai faktor penting dalam menjawab pernyataan tertutup.

2. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi ialah daftar peristiwa yang sudah berlalu. Suatu dokumen dapat berupa gambar, tertulis/tulisan, dan karya-karya historis dari seseorang.²² Dokumen-dokumen tersebut dapat membantu peneliti dalam membuat interpretasi data penelitian. Metode dokumentasi dipilih peneliti untuk mengambil data yang ada di Kabupaten Kudus dan Responden pengguna uang elektronik (*e-money*).

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Analisis uji normalitas memiliki tujuan mengkaji apakah pada persamaan regresi, variabel residual

²¹Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana, 2005), 133. Diakses pada, 3 Februari 2021, <https://books.google.co.id/books?id=rBVNDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id>

²² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 240.

(pengganggu) mempunyai distribusi normal, sebagaimana dapat dipahami bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk mengetahui adanya residual berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan 2 (dua) metode yaitu menggunakan interpretasi grafik dan uji statistik. Pada penelitian digunakan untuk menganalisis apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak.²³ Metode yang dilakukan untuk mengetahui normalitas data penelitian ini adalah menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* dan menggunakan grafik *normal probability plot*. Suatu model regresi yang baik yaitu mempunyai distribusi data yang normal atau hampir mencapai normal.

Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* memakai asumsi berikut :²⁴

- 1) Suatu data memiliki distribusi normal jika jumlah signifikansi $> 0,05$
- 2) Suatu data memiliki distribusi tidak normal jika jumlah signifikansi $< 0,05$.

Untuk memperkuat bahwa data memiliki distribusi normal, maka peneliti juga melakukan pengujian data menggunakan grafik *normal probability plot*. Untuk mengetahui peredaran dari data (titik) pada sumbu diagonal grafik, menggunakan asumsi dibawah ini:

- 1) Apabila data tersebar di sekitar garis diagonal dan searah garis diagonal, maka dapat dikatakan regresi mencukupi asumsi normalitas.
- 2) Apabila data (titik-titik) tersebar jauh dari garis diagonal atau tidak searah garis diagonal, maka

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2011), 105, dikutip dalam Rizka Amalia, *Pengaruh Brand image dan Trust Terhadap Loyalitas Pembeli Pada Konsumen Hijab Ar-Rafi Di Desa Kendaldoyong Wonosalam Demak*, (Skripsi: IAIN Kudus, 2020), 51.

²⁴ Sufren, dan Yonathan Natanael, *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014), 67, diakses pada 3 Maret 2021, <https://books.google.co.id/books?id=meBMDwAAQBAJ&hl=id&sitesec=reviews>

dapat dikatakan model regresi tidak mencukupi asumsi normalitas.²⁵

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Suatu model regresi dikatakan mencukupi syarat jika ditemukan kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya atau disebut dengan *homoskedastisitas*. Model yang baik dalam heteroskedastisitas adalah tidak ditemukan pola tertentu dalam grafik yang dihasilkan, berupa titik-titik data yang mengumpul di tengah, melebar kemudian menyempit atau sebaliknya.²⁶

Dasar untuk mengaambil kesimpulan terhadap data yang diperoleh yaitu :

- 1) Apabila terdapat pola khusus, berupa titik yang ada menciptakan sebuah pola khusus yang teratur, seperti gelombang, melebar, dan menyempit. Maka dapat dikatakan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila tidak terdapat pola yang terbentuk, titik-titik menyebar secara di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁷

Grafik *Scatterplot* dipilih untuk pengujian heteroskedastisitas data penelitian ini.

c. Uji Multikolinieritas

Diperlukannya pengujian multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah pada persamaan regresi terdapat suatu hubungan antar-variabel independent. Apabila terdapat korelasi, maka disebut terdapat problem Multikolinieritas (Multiko). Suatu

²⁵ Singgih Santoso, Mahir Statistik Parametrik, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019), 204.

²⁶ Nikolaus Duli, "Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS", (Sleman: Deepublish, 2019), 122. Diakses pada, 17 Maret 2021, <https://books.google.co.id/books?id=A6fRDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id>

²⁷ Singgih Santoso, Mahir Statistik Parametrik, 201-202.

model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antara variabel independent.²⁸

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan uji regresi, melalui 2 acuan yaitu pertama VIF (*Varian Inflation Factor*) dan nilai tolerance, kedua berdasarkan koefisien korelasi antar variabel bebas.

Kriteria yang dapat digunakan berdasarkan VIF (*Varian Inflation Factor*) dan Tolerance yaitu:

- 1) Apabila nilai tolerance > 0,10 berarti bahwa tidak ditemukan multikolinieritas.
- 2) Apabila nilai VIF < 10,00 berarti bahwa tidak ditemukan masalah multikolinieritas.

Sedangkan, kriteria yang dapat digunakan berdasarkan koefisien korelasi antar variabel independen adalah nilai korelasinya harus rendah, artinya nilai harus di bawah 0,5. Jika nilai korelasinya melebihi 0,5 maka terdapat problem multikolinieritas.²⁹

2. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Berganda

Uji ini dipakai untuk memperhitungkan seberapa besar *Variabel Tergantung* menggunakan data dari variabel bebas yang mana telah diketahui jumlahnya.³⁰

Pada penelitian ini regresi berganda untuk mengkaji seberapa besarnya pengaruh variabel independent (*Trust* dan *Product knowledge*) terhadap variabel dependen (*Keputusan Penggunaan*). Berikut adalah model persamaan regresi berganda peneliti gunakan dalam melakukan penelitian ini :³¹

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y= Keputusan Penggunaan

α = Konstanta

²⁸ Singgih Santoso, Mahir Statistik Parametrik, 195-196.

²⁹ Singgih Santoso, Mahir Statistik Parametrik, 198.

³⁰ Singgih Santoso, Mahir Statistik Parametrik, 159

³¹ Singgih Santoso, Mahir Statistik Parametrik, 157.

$X_1 = Trust$

$X_2 = Product Knowledge$

$E = Standart Error$

$\beta_1 = Koefisien regresi variabel Trust$

$\beta_2 = Koefisien regresi variabel Product Knowledge$

b. Uji T (Parsial)

Uji T (parsial) ini berfungsi dalam memahami apakah pada model regresi variabel bebas (*Trust* dan *Product Knowledge*) secara parsial ini berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Keputusan Penggunaan).³²

Pengujian ini menggunakan tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan di bawah ini:

- a) Berdasarkan nilai probabilitas signifikan.
 - 1) Apabila derajat signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
 - 2) Apabila derajat signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
- b) Melalui komparasi antara nilai t hitung dengan t tabel
 - 1) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima, sedangkan H_a ditolak.
 - 2) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, sedangkan H_a diterima.³³

c. Uji F (Simultan)

Penelitian ini memakai Uji simultan F untuk melihat apakah variabel bebas secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen secara signifikan.

Hipotesis nol (H_0) yang akan dikaji adalah apakah seluruh indikator dalam model sama dengan nol atau $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$ bermakna bahwa *Trust* dan *Product Knowledge* secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik (*e-money*). Hipotesis alternatif (H_a), terdapat pengaruh *Trust* dan *Product Knowledge*

³² Singgih Santoso, Mahir Statistik Parametrik, 163.

³³ Singgih Santoso, Mahir Statistik Parametrik, 82-83.

terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik (*e-money*).

- a) Melihat nilai probabilitas signifikan
 - 1) Bila angka signifikan $> 0,05$ maka ditetapkan bahwa H_0 diterima, kebalikannya H_a akan ditolak.
 - 2) Bila angka signifikan $< 0,05$ maka ditetapkan bahwa H_0 ditolak, kebalikannya H_a dapat diterima.
- b) Melakukan perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel}
 - 1) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, sedangkan H_a ditolak.
 - 2) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sedangkan H_a diterima.³⁴
- d. **Uji Koefisien Determinan (R^2)**

Uji koefisien determinan (R^2) pada dasarnya adalah memperkirakan seberapa jauh kekuatan model dalam menjabarkan variasi variabel terkait. Angka koefisien determinan yaitu berkisar nol atau 1 (satu). Apabila angka R^2 kecil bermakna bahwa variabel independent memiliki kekuatan yang terbatas. Jika angka hampir mencapai 1 bermakna bahwa variabel independent memberikan hampir seluruh informasi yang dibenarkan untuk menghasilkan variasi variabel dependent. Secara umum koefisien determinanis pada data silang (*crosssection*) relatif rendah dikarenakan terdapat variasi yang besar pada tiap-tiap pengamatan, namun bagi data runtut waktu (*time series*) umumnya mempunyai angka koefisien determinan yang tinggi.³⁵

³⁴ Duwi Prayitno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, 67. dikutip dalam Rizka Amalia, *Pengaruh Brand image dan Trust Terhadap Loyalitas Pembeli Pada Konsumen Hijab Ar-Rafi Di Desa Kendaldoyong Wonosalam Demak*, (Skripsi: IAIN Kudus, 2020), 54.

³⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, 87. dikutip dalam Rizka Amalia, *Pengaruh Brand image dan Trust Terhadap Loyalitas Pembeli Pada Konsumen Hijab Ar-Rafi Di Desa Kendaldoyong Wonosalam Demak*, (Skripsi: IAIN Kudus, 2020), 55.