

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di **East Coast Center** atau biasa dikenal dengan ECC adalah pusat perbelanjaan terbesar di [Kota Surabaya](#), tepatnya berlokasi di Jalan Kejawan Putih Mutiara No. 17, Kejawan Putih Tambak, Mulyorejo, Kejawaan Putih Tamba, Mulyorejo, [Kota Surabaya](#), [Jawa Timur](#) 60112 [Indonesia](#). Telepon: (031) 58208800. Mall ini merupakan sebuah mall yang terintegrasi dengan perumahan elit di [Surabaya](#), yaitu Timur Pakuwon City yang dulunya dikenal dengan nama Laguna.

Pada tahun 2010, Pakuwon Group sebagai pengembang area komersil kembali menghadirkan pusat komersial terbaru, yaitu East Coast Center. Resmi dibuka pada tanggal 22 Oktober 2010 dan mewarnai hadirnya mall-mall baru di [Surabaya](#) di awal tahun 2011, East Coast Center ini terletak di Pakuwon Town Square Pakuwon City dengan pengembangan konsep kota mandiri seluas 600 hektar di [Surabaya](#) Timur. East Coast Center merupakan pusat komersial dengan luas bangunan 55.000 m². Mall yang ada di kawasan [Surabaya](#) Timur ini dilengkapi dengan Atrium seluas 300 m², yang dapat digunakan sebagai venue Ulang Tahun, *Graduation* serta tempat untuk pelaksanaan pameran dan aneka lomba atau kegiatan lainnya. East Coast Center juga dilengkapi dengan area City

Walk, dimana Anda dapat menikmati aneka makanan dan minuman ringan dengan nuansa [taman](#) yang asri dan pastinya memberikan sensasi kesegaran tersendiri.

East Coast Center merupakan mall pilihan bagi warga [Surabaya](#) dimana mall ini memiliki kelebihan yaitu bersebelahan dengan **Food Festival Pakuwon City**, tempat yang bagus dan menarik untuk hang out bagi penggemar wisata kuliner. Di Mall East Coast Center, anda juga akan menemukan tenant – tenant ternama yang bergerak di bidang usaha gerai makanan, toko perkakas rumah tangga, bioskop, toko mainan anak-anak dan masih banyak tenant lainnya seperti,

- [Supermarket](#) : [Hypermart](#), [Ace Hardware](#)
- Fastfood : A & W Restaurant
- Cafe : Starbucks, Mokko Factory, Excelso
- Restoran : Le Ballroom, Solaria, WOK, Ipang, Noodle House (Food Festival)
- Snack : Pok Pok, Hotstar
- Minuman : Chat Time, Cincau Station, Dairy Queen, Preso Tea
- Hiburan : 21 Cineplex, FUN World
- ATM : [BCA](#), [Mandiri](#), [Permata](#), [BNI](#), OCBC NISP

Jam buka mall ini adalah setiap hari jam 10.00 – 22.00

2. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Sampel sasaran dalam penelitian ini adalah para pengunjung East Coast Center Surabaya sebanyak 59 orang yang menggunakan OVO untuk transaksi sehingga pengguna tidak perlu lagi membawa uang tunai.

Gambaran karakteristik subyek penelitian dijabarkan dalam tabel 4.1. sebagai berikut:

Tabel 4.1. Karakteristik subyek penelitian (N=59)

Deskripsi	Keterangan	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	59	100%
Usia	< 20 tahun	-	-
	21-30 tahun	3	5,1
	31-40 tahun	52	88,2
	41-40 tahun	4	6,8
	>51 tahun	-	-
Mengetahui adanya OVO melalui	Teman/sodara	11	
	Media Sosial	39	
	Media Masa	2	
	Merchant	2	
	lainnya	5	
Frekuensi penggunaan	1x	24	44,2
	2-3x	16	27,1
	4-5x	10	17
	6-7x	3	5,1
	≥ 8x	6	10,2
Tujuan	Makanan dan minuman	6	10,2
	Transportasi	36	61,0
	Hiburan	1	1,7
	Belanja	10	17
	Lainnya	6	10,2
Alasan ketertarikan	Banyak memberikan promo	26	44,2
	Banyak tersedia merchant	7	12
	Kemudahan dalam pembayaran	18	30,5
	Cara top up yang mudah	5	8,5
	Lainnya	4	6,8

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas Alat Ukur

Uji validitas digunakan untuk menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan 2 variabel atau 2 kuesioner, 34 aitem Sikap (VX) dan 23 aitem niat penggunaan (VY) yang harus dijawab responden. Pengujian alat ukur menggunakan IBM SPSS Statistik versi 20. Menurut Sugiyono (2016) bahwa syarat minimum aitem dianggap valid adalah jika r hitung minimal 0,3 dengan demikian jika r hitung memiliki nilai dibawah 0,3 maka aitem dinyatakan gugur atau tidak valid. Validitas aitem pada masing-masing instrument variabel penelitian, adalah sebagai berikut :

a. Sikap Penggunaan

Aitem skala sikap memiliki 34 pernyataan yang diujikan pada 59 orang responden. Hasil uji validitas pada skala sikap menghasilkan 27 aitem valid dan 7 aitem gugur. Uji validitas sikap melalui 3 kali putaran. Rincian dari aitem-aitem yang gugur, adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2 Distribusi Aitem Skala Sikap Penggunaan

No	Aspek	Indikator	Nomor Item		Jumlah Pertanyaan
			VALID	GUGUR	%
1	Kognitif	Persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan	1,2,4, 6,8, 10,11,14, 15,17,19	3,5,7,9,12, 13,16,	56%
		Kepercayaan terhadap produk OVO	18, 20,21 22,23		14%
2	Afektif	Penggunaan aplikasi dirasa menyenangkan	24,25, 26, 27, 28, 29	-	16%

3	Konatif	Keinginan untuk terus menggunakan aplikasi	30, 31,32, 33,34	-	14%
JUMLAH			27	7	100%

b. Niat Penggunaan

Aitem skala Niat Penggunaan memiliki 23 pernyataan yang diujikan pada 59 orang responden. Hasil uji validitas pada skala niat pengguna menghasilkan 16 aitem valid dan 7 aitem gugur. Uji validitas kepuasan kerja melalui 3 kali putaran. Rincian dari aitem-aitem yang gugur, adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3 Distribusi Aitem Niat Penggunaan

No	Aspek	Indikator	Nomor Item		Jumlah
			VALID	GUGUR	%
1	Perilaku	Mencari informasi mengenai aplikasi.	1	2	8.7%
		Mempertimbangkan untuk menggunakan.	3	4	8.7%
		Sungguh-sungguh ingin menggunakan	5, 6		8.7%
2	Sasaran	Sarana menggunakan OVO tersedia.	7, 8		8.7%
		Produk OVO dirasa lebih baik dari yang lain	9	10	8.7%
3	Situasi	Perbandingan dengan aplikasi (kompetitor) lain	11, 12		8.7%
		Ketersediaan <i>merchant</i> OVO.		14	4.3%
		Tingkat resiko	13, 15		8.7%
				16, 17	8.7%

		Faktor Sosial	18, 19, 20		13,04%
4	Waktu	periode promosi OVO yang diberikan	21	22	8.7%
		Keinginan untuk rutin menggunakan OVO.	23		4.3%
JUMLAH			16	7	100

2. Uji Reliabilitas Alat Ukur

Uji reliabilitas adalah pengujian instrument yang digunakan dalam penelitian, dimana apabila instrumen tersebut digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama dan hasil pengukuran dari instrument penelitian yang diperoleh menghasilkan data yang relatif sama. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*, dimana dalam penelitian ini peneliti menggunakan IBM SPSS Statistik versi 20 untuk menguji instrumen.

Sebuah instrumen dikatakan reliable apabila nilai *Cronbach Alpha* mendekati 1. Berikut reliabilitas pada masing-masing variabel penelitian :

- a. Sikap Penggunaan

Tabel 4.4

Hasil Uji Reliabilitas Sikap Penggunaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.913	.914	27

Berdasarkan hasil uji reliabilitas skala sikap penggunaan pada tabel 4.4 didapatkan hasil bahwa nilai *Cronbach Alpha* 0,914 dengan jumlah 27 aitem valid. Nilai tersebut mendekati angka 1, maka dapat disimpulkan bahwa hasilnya reliabel.

b. Niat Penggunaan

Tabel 4.5

Hasil Uji Reliabilitas Niat Penggunaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.897	.898	16

Berdasarkan hasil uji reliabilitas skala niat penggunaan pada tabel 4.5 didapatkan hasil bahwa nilai *Cronbach Alpha* 0,898 dengan jumlah 16 aitem valid. Nilai tersebut mendekati angka 1, maka dapat disimpulkan bahwa hasilnya reliabel.

C. Hasil Uji Asumsi

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk melihat normal tidaknya sebaran data variabel penelitian dalam populasi. Uji normalitas pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Pada uji normalitas data dapat dilihat

dengan cara membandingkan nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* pada hasil statistik dengan nilai signifikansi $>0,05$. Hasil nilai signifikansi pada masing-masing variabel, adalah sebagai berikut :

a. Sikap Penggunaan

Tabel 4.6

Hasil Uji Normalitas Sikap Penggunaan

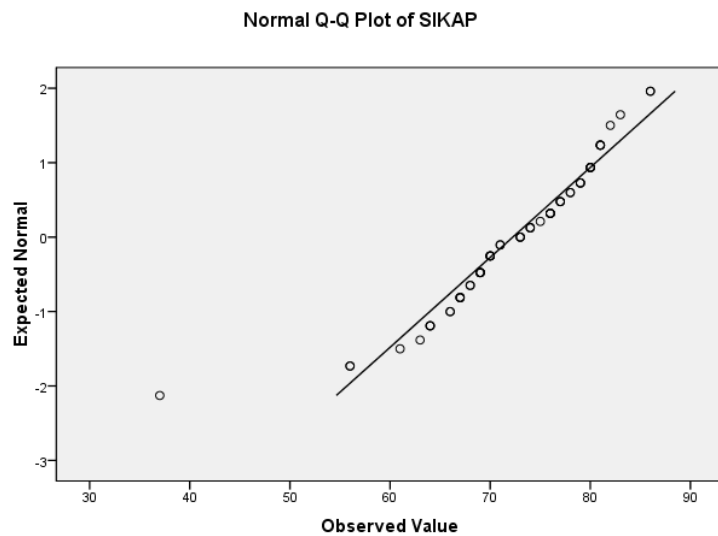
Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
SIKAP	.093	59	.200*	.910	59	.000

a. Lilliefors Significance Correction

*. This is a lower bound of the true significance.

Signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* dari IBM SPSS versi 20, didapatkan hasil bahwa variabel sikap penggunaan memiliki nilai signifikansi 0,200. Nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa penyebaran data pada variabel *sikap penggunaan* dalam penelitian ini normal.



Gambar 4.1 Q-Q Plot Sikap Penggunaan (VX)

b. Niat Penggunaan

Tabel 4.7

Hasil Uji Normalitas Niat Penggunaan

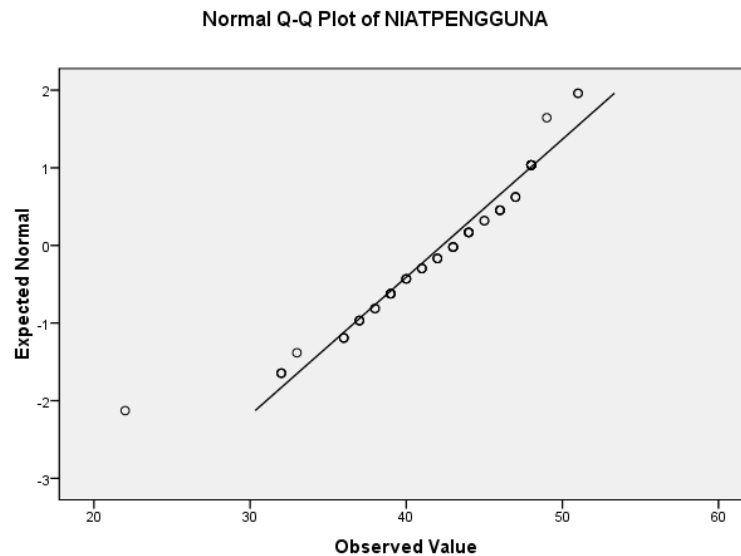
Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
NIATPENGGU NA	.105	59	.165	.929	59	.002

a. Lilliefors Significance Correction

Signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* dari IBM SPSS versi 20, didapatkan hasil bahwa variabel niat penggunaan memiliki nilai signifikansi 0,165. Nilai

signifikansi $0,165 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa penyebaran data pada variabel niat penggunaan dalam penelitian ini normal.



Gambar 4.2 Q-Q Plot Niat Penggunaan

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan linear atau tidak secara signifikan. Pengujian linearitas dalam penelitian ini menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikansi 0,05, dimana dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat bantu IBM SPSS Statistik versi 20. Jika signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data penelitian linear.

Hasil uji linearitas pada hasil uji linearitas sikap penggunaan(X) dan niat penggunaan (Y), adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
NIATPENGGUNA * SIKAP	Between Groups	(Combined)	1294.242	22	58.829	3.891	.000
		Linearity	719.204	1	719.204	47.571	.000
		Deviation from Linearity	575.038	21	27.383	1.811	.057
	Within Groups		544.267	36	15.119		
	Total		1838.508	58			

Berdasarkan tabel uji linearitas di atas, menunjukkan signifikansi pada *deviation from linearity* dengan nilai signifikansi 0,057. Nilai signifikansi 0,057 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel sikap penggunaandengan niat penggunaan.

D. Hasil Analisis Data

Untuk menguji hipotesis pada penelitian ini, maka dilakukan uji analisis statistik. Analisis uji hubungan antara satu variabel bebas dan satu variabel terikat, dilakukan dengan analisis *product moment*. Menurut Azwar (2013) hubungan fungsional ataupun kausal antara satu variabel bebas dan satu variabel terikat, kesimpulan yang diperoleh bukan hanya berupa penolakan atau penerimaan hipotesis akan tetapi berupa suatu model persamaan yang berisi kombinasi prediktor terbaik guna memperoleh informasi mengenai besarnya kontribusi dari

variabel X terhadap variabel Y. Adapun hasil dari pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistik versi 20 sebagai berikut :

Tabel 4.9 Hasil Uji Korelasi *Product Moment*

		Correlations	
		SIKAP	NIATPENG UNA
SIKAP	Pearson Correlation	1	.625**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	59	59
NIATPENG UNA	Pearson Correlation	.625**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	59	59

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.9 didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 yang berbunyi “Ada Hubungan Antara Sikap Penggunaan Terhadap Niatan Penggunaan Pada Konsumen OVO di Kota Surabaya” diterima.

E. Hasil Kategori Jenjang

Peneliti melakukan pengkategorisasian data berdasarkan data yang telah diperoleh, dimana pengkategorisasian ini bertujuan untuk menempatkan individu kedalam kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasar atribut yang diukur. Kategori yang diinginkan dapat ditetapkan secara subyektif oleh peneliti selama penetapan itu berada dalam batas kewajaran.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan lima kategorisasi. Azwar (2013) menjelaskan bahwa norma lima kategorisasi yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10

Norma lima kategorisasi Azwar (2013)

$X \leq (\text{Mean} - 1,5SD)$	Kategori Sangat Rendah
$(\text{Mean} - 1,5SD) \leq X \leq (\text{Mean} - 0,5SD)$	Kategori Rendah
$(\text{Mean} - 0,5SD) \leq X \leq (\text{Mean} + 0,5SD)$	Kategori sedang
$(\text{Mean} + 0,5SD) \leq X \leq (\text{Mean} + 1,5SD)$	Kategori Tinggi
$X \geq (\text{Mean} + 1,5SD)$	Kategori Sangat Tinggi

Berdasarkan norma lima kategorisasi yang digunakan, maka kategorisasi jenjang dari asing-masing variabel diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.11
Data Sikap Penggunaan

Jumlah aitem valid	: 27	Nilai Skala	: 1, 2, 3, 4
Skor Minimum	: $1 \times 27 = 27$	Luas Jarak Sebaran	: $108 - 27 = 81$
Skor Maksimum	: $4 \times 27 = 108$		
Standar Deviasi	: $81/5 = 16,2$		
Mean	: $(108+27)/2 = 67,5$		

Tabel 4.12

Kategorisasi Data Sikap Penggunaan

Pedoman	Skor	Kategorisasi	N
$X \leq (\text{Mean} - 1,5\text{SD})$	$X \leq 43,2$	Sangat Rendah	1
$(\text{Mean} - 1,5\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} - 0,5\text{SD})$	$43,2 \leq X \leq 59,4$	Rendah	2
$(\text{Mean} - 0,5\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 0,5\text{SD})$	$59,4 \leq X \leq 75,6$	Sedang	32
$(\text{Mean} + 0,5\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1,5\text{SD})$	$75,6 \leq X \leq 91,8$	Tinggi	24
$X \geq (\text{Mean} + 1,5\text{SD})$	$X \geq 91,8$	Sangat Tinggi	0

Tabel 4.13

Data Niat Penggunaan

Jumlah aitem valid	: 16	Nilai Skala	: 1, 2, 3, 4
Skor Minimum	: $1 \times 16 = 16$	Luas Jarak Sebaran	: $64 - 16 = 48$
Skor Maksimum	: $4 \times 16 = 64$		
Standar Deviasi	: $48/5=9,6$		
Mean	: $(64+16)/2= 40$		

Tabel 4.13**Kategorisasi Data Niat Penggunaan**

Pedoman	Skor	Kategorisasi	N
$X \leq (\text{Mean} - 1,5\text{SD})$	$X \leq 25,6$	Sangat Rendah	1
$(\text{Mean} - 1,5\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} - 0,5\text{SD})$	$25,6 \leq X \leq 35,2$	Rendah	4
$(\text{Mean} - 0,5\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 0,5\text{SD})$	$35,2 \leq X \leq 44,8$	Sedang	31
$(\text{Mean} + 0,5\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1,5\text{SD})$	$44,8 \leq X \leq 54,4$	Tinggi	23

F. Pembahasan

Berdasarkan hasil korelasi *product moment* pada satu variabel terikat yaitu niat penggunaan (V_y) dan satu variabel bebas yaitu sikap penggunaan (V_x), signifikansi yang didapat adalah 0,000. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Kesimpulan yang dapat diambil bahwa ada hubungan antara sikap penggunaan terhadap niatan penggunaan pada konsumen OVO di Surabaya.

Mowen dalam (Ariyanti, et al., 2014) mengatakan bahwa niat penggunaan adalah penentu dari konsumen untuk melakukan suatu tindakan seperti membeli suatu produk dan jasa. Niat adalah gabungan dari kepercayaan dan sikap konsumen terhadap produk dan jasa.

Dalam *Theory of Planned Behaviour*, ada 3 faktor yang mempengaruhi niat penggunaan, yaitu faktor sikap (*attitude*), norma subyektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavior control*). Ajzen dalam (Jazrani, 2014) mengatakan bahwa tiga faktor tersebut mempengaruhi niatan terhadap penggunaan aplikasi OVO yang diyakini menjadi dasar dalam pengambilan keputusan konsumen untuk tetap menggunakan OVO. Ketiga faktor tersebut mempengaruhi positif terhadap niat untuk menggunakan sebuah teknologi, sehingga tercipta niatan untuk menggunakan teknologi informasi (*intention to use*) dan terjadi penggunaan secara aktual dalam keseharian (*actual usage*) (Davis, 1989).

Beberapa indikator yang mempengaruhi sikap penggunaan adalah pengetahuan tentang suatu produk, kepercayaan terhadap suatu produk, manfaat dan kemudahan yang dipersepsikan oleh konsumen, evaluasi konsumen tentang suatu produk apakah produk tersebut disenangi atau tidak disenangi, kecenderungan tertarik dan perilaku aktual terhadap suatu produk. Niatan untuk menggunakan OVO akan muncul ketika seorang konsumen memiliki sikap positif berupa penerimaan terhadap OVO (Al-Somali, *et al.* 2008).

Penerimaan tersebut berasal dari berbagai macam persepsi yang dipersepsikan oleh konsumen dan telah terbentuk dari berbagai aspek dan indikator yang mempengaruhi sikap konsumen dalam penggunaan OVO. Ketika sikap konsumen terhadap penggunaan aplikasi OVO positif, semakin tinggi pula niat konsumen untuk menggunakan aplikasi OVO.

