

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif ini merupakan metode yang bersifat angka-angka kemudian dapat diuji bagaimana hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat yang diolah menggunakan model statistika (Azwar, 2012). Metode kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa manajemen STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2018 yang mengetahui dan pernah menggunakan *TikTok Shop* untuk berbelanja. Teknik pengambilan datanya menggunakan kuesioner atau angket yang diberikan kepada responden dengan cara melakukan penyebaran kuesioner dengan pengukuran skala *likert* 5 point. Alat analisis yang digunakan pada penelitian menggunakan analisis linier berganda.

3.2 Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek pada penelitian ini adalah *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), *perceived enjoyment* (X3), *intention to reuse* (Y). Lokasi penelitian berada di kampus STIE PGRI Dewantara Jombang Desa Pandan wangi Kabupaten Jombang.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah uraian tentang batasan variabel yang dimaksud, atau tentang apa yang diukur oleh variabel yang bersangkutan. Definisi operasional variabel meliputi variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*)

3.3.1 Variabel Terikat (*Variable Dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Sugiyono, 2017). Variabel terikat yang digunakan pada penelitian ini adalah *intention to reuse* (niat menggunakan kembali) yang disebut dengan variabel (Y).

1. *Intention to reuse* dapat didefinisikan sebagai suatu niat menggunakan kembali atau ketertarikan seseorang untuk berbelanja menggunakan *TikTok Shop* kembali. (Maitlo, Gilal, & Mirani, 2020) menyatakan beberapa indikator dari *intention to reuse* adalah sebagai berikut:

- a. Niat untuk sering menggunakan *TikTok Shop* di masa depan
- b. Niat untuk menggunakan *TikTok Shop* lagi
- c. Niat menggunakan *TikTok Shop* untuk sehari-hari

3.3.2 Variabel Bebas (*Variable Independent*)

Variabel independent adalah variabel yang menjelaskan atau yang mempengaruhi variabel lainnya (Sugiyono, 2017). *Variabel independent* dalam penelitian ini adalah:

1. *Perceived usefulness*

Perceived usefulness didefinisikan sebagai suatu pemikiran yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang bahwa menggunakan *TikTok Shop* dianggap dapat memberikan manfaat dan meningkatkan kinerja para pengguna. Indikator dalam *perceived usefulness* menurut Vankatesh dan Davis (2000), meliputi:

- a. Manfaat, yang berarti *TikTok Shop* memiliki manfaat bagi konsumen untuk berbelanja.
- b. Mempercepat pekerjaan, yang berarti *TikTok Shop* dapat membantu mempercepat proses belanja pengguna.
- c. Meningkatkan efektifitas, yang berarti *TikTok Shop* efektif digunakan untuk berbelanja
- d. Meningkatkan produktivitas, yang berarti *TikTok Shop* dapat membantu pengguna berbelanja dalam waktu singkat.

2. *Perceived ease of use*

Perceived ease of use dapat didefinisikan tentang suatu pemikiran seseorang di mana dalam penggunaan *TikTok Shop* dapat dipelajari dengan mudah dan dipercaya dapat memudahkan pengguna. Indikator dalam *perceived ease of use* menurut Vankatesh dan Davis (2000), meliputi

- a. *Clear* dalam penelitian ini bahwa *TikTok Shop* merupakan fitur yang tepat digunakan.
- b. *Understanble* penelitian ini bahwa *TikTok Shop* merupakan fitur yang mudah dipahami.
- c. *Does not require a lot of mental effort* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *TikTok Shop* mudah untuk diakses.
- d. *Easy to use* dalam penelitian ini bahwa *TikTok Shop* mudah untuk dioperasikan.
- e. *Easy to get the system to do what he/she wants to do* pada penelitian ini bahwa *TikTok Shop* memiliki kemudahan dalam bertransaksi

3. *Perceived enjoyment*

Perceived enjoyment dapat didefinisikan tentang suatu pemikiran individu tentang kenyamanan yang dirasakan seseorang saat menggunakan *TikTok Shop*. Indikator dalam *perceived enjoyment* dalam penelitian (Maitlo, Gilal, & Mirani, 2020), meliputi:

- a. Merasa nyaman menggunakan *TikTok Shop*
- b. Menikmati saat menggunakan *TikTok Shop*
- c. Merasa senang menggunakan *TikTok Shop*

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	Sumber
<i>Intention to reuse</i>	Niat sering menggunakan	Saya sering menggunakan <i>TikTok Shop</i> untuk berbelanja	Maitlo, Gilal, & Mirani (2020)
	Niat menggunakan kembali	Saya akan menggunakan <i>TikTok Shop</i> lagi untuk berbelanja	
	Niat menggunakan untuk sehari-hari	Saya akan menggunakan <i>TikTok Shop</i> untuk berbelanja sehari-hari	
<i>Perceived usefulness</i>	Bermanfaat	<i>TikTok Shop</i> bermanfaat untuk berbelanja	Vankatesh & Davis (2000)
	Mempercepat pekerjaan	<i>TikTok Shop</i> dapat mempercepat proses berbelanja	
	Efektivitas	<i>TikTok Shop</i> sangat efektif digunakan untuk berbelanja	
	Meningkatkan produktivitas	Belanja di <i>TikTok Shop</i> hanya memerlukan waktu singkat	
<i>Perceived ease of use</i>	<i>Clear</i>	<i>TikTok Shop</i> memiliki fitur yang tepat digunakan	Vankatesh dan Davis (2000)
	<i>Understanble</i>	<i>TikTok Shop</i> memiliki fitur yang mudah dipahami	
	<i>Does not require a lot of mental effort</i>	Mengakses <i>TikTok Shop</i> mudah	
	<i>Easy to use</i>	<i>TikTok Shop</i> mudah dioperasikan	
	<i>Easy to get the system to do what he/she want to do</i>	<i>TikTok Shop</i> mudah digunakan untuk berbelanja	
<i>Perceived enjoyment</i>	Kenyamanan	Merasa nyaman berbelanja menggunakan <i>TikTok Shop</i>	Maitlo, Gilal, & Mirani (2020)
	Kenikmatan	Saya menikmati berbelanja di <i>TikTok Shop</i>	
	Kesenangan	Saya senang berbelanja menggunakan <i>TikTok Shop</i>	

Sumber: Maitlo, Gilal & Mirani (2020) dan Vankatesh & Davis (2000)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2017) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang memiliki karakter dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari selanjutnya diambil sebuah kesimpulan. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh Mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2018 STIE PGRI Dewantara Jombang yang mengetahui dan pernah menggunakan *TikTok Shop* untuk berbelanja. Alasan peneliti menggunakan responden dari kalangan mahasiswa karena memiliki pemahaman yang lebih unggul dibandingkan dengan masyarakat pada umumnya.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang terdapat pada populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili). Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah Mahasiswa program studi manajemen angkatan 2018 STIE PGRI Dewantara jombang yang mengetahui dan pernah menggunakan *TikTok Shop* minimal satu kali pemakaian untuk berbelanja, tetapi jumlahnya belum diketahui secara pasti.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lameshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui,

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2} P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p maksimal estimasi = 0,5%

d = alpha (0,10) atau sampling eror = 10%

melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah;

$$n = \frac{Z^2 \cdot 1 - \frac{\alpha}{2} \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{Z^2 \cdot 1 - \frac{\alpha}{2} \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

berdasarkan perhitungan di atas besarnya nilai sampel yakni 96,04 orang, namun dalam penelitian ini menggunakan 100 orang.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Menurut Uma Sekaran (2016) *convenience sampling* adalah kumpulan informasi-informasi dari anggota-anggota populasi yang dengan setuju mau memberikan informasi tersebut. Dengan begitu, siapa saja yang setuju memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan dengan peneliti baik bertemu secara langsung maupun tidak langsung,

dapat digunakan sebagai sampel pada penelitian ini bila responden tersebut cocok sebagai sumber data. Pertimbangan yang harus dimiliki oleh sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2018 STIE PGRI Dewantara Jombang yang mengetahui dan pernah menggunakan *TikTok Shop* minimal satu kali pemakaian untuk berbelanja.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Sumber data diperlukan untuk menunjang terlaksananya penelitian dan sekaligus untuk menjamin keberhasilan penelitian. Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung tanpa adanya perantara. Data primer dapat diperoleh melalui kuisisioner yang telah disebarluaskan dalam penelitian atau hasil wawancara peneliti dan narasumber (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini nantinya, peneliti akan menggunakan data yang diperoleh dari kuisisioner yang disebarluaskan kepada responden secara langsung.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Menggunakan data sekunder merupakan data yang sudah diolah oleh pihak lain (Sugiyono, 2017). Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, buku-buku, *website*, dan sumber lain yang berkaitan dengan persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, kenyamanan, dan minat menggunakan teknologi.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yang digunakan berisi beberapa pernyataan sehingga responden hanya perlu memilih pernyataan yang sudah disediakan. Daftar pernyataan ini harus sesuai dengan permasalahan yang diteliti, dan memperoleh data yang berkaitan dengan variabel *intention to reuse* (Y), *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), *perceived enjoyment* (X3).

3.7 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran *likert*. (Sugiyono, 2017) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut menjadi titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan.

Skala *likert* terdapat 5 point yang memiliki interval sama digambarkan sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala *Likert*

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono, (2017)

Berdasarkan tabel 3.2 dapat didefinisikan bahwa semakin tinggi bobot yang didapatkan dari responden, maka responden tersebut memiliki sifat yang semakin positif terhadap obyek yang diteliti.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu angket dalam penelitian layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Dengan demikian kata valid adalah data “yang tidak beda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2017).

Cara mencari nilai validitas disebuah pernyataan adalah dengan mengkorelasikan skor pernyataan tersebut dengan keseluruhan item-item dari variabel. Apabila menguji validitas instrumen menggunakan rumus *product moment* (Sugiyono, 2014), sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2 - (\sum x)^2)\} - \{n(\sum y^2 - (\sum y)^2)\}}}$$

Dimana : r = korelasi

 x = skor item x

 y = total item y

 n = banyaknya sampel dalam penelitian

Apabila hasil uji kemaknaan untuk r menunjukkan r-hitung > - 0,3 maka instrumen dinyatakan valid (Sugiyono, 2017).

Tabel 3.3 Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-kritis	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i> (X1)	X1.1	0,768	0,3	Valid
	X1.2	0,776	0,3	Valid
	X1.3	0,782	0,3	Valid
	X1.4	0,771	0,3	Valid
<i>Perceived Ease Of Use</i> (X2)	X2.1	0,811	0,3	Valid
	X2.2	0,811	0,3	Valid
	X2.3	0,832	0,3	Valid
	X2.4	0,822	0,3	Valid
	X2.5	0,751	0,3	Valid
<i>Perceived Enjoyment</i> (X3)	X3.1	0,871	0,3	Valid
	X3.2	0,827	0,3	Valid
	X3.3	0,772	0,3	Valid
<i>Intention To Reuse</i> (Y)	Y1.1	0,882	0,3	Valid
	Y1.1	0,798	0,3	Valid
	Y1.3	0,863	0,3	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat disimpulkan bahwa korelasi setiap item pernyataan menunjukkan bahwa $r\text{-hitung} > 0,3$ yang artinya seluruh item pernyataan dari masing-masing variabel dinyatakan valid dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur penelitian ini.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian yang dilakukan Yudhiharti, (2019) menyatakan bahwa reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *uji alpha cronbach* dengan kriteria hasil pengujian sebagai berikut:

1. Jika nilai *alpha cronbach* hasil perhitungan $> 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian adalah *reliable*.

2. Jika nilai *alpha cronbach* hasil perhitungan $< 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian tidak *reliable*.

Tabel 3.4 Uji Realiabilitas

Variabel	Nilai cronbach alpha	r-kritis	Variabel nilai cronbach
<i>Perceived usefulness</i>	0,767	0,6	Reliabel
<i>Perceived ease of use</i>	0,864	0,6	Reliabel
<i>Perceived enjoyment</i>	0,757	0,6	Reliabel
<i>Intention to reuse</i>	0,792	0,6	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3.4 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* instrumen untuk semua variabel penelitian mempunyai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen dalam penelitian ini adalah reliabel dan layak digunakan untuk pengumpulan dan penelitian.

3.9 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

3.9.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2017) analisis deskriptif adalah analisis 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. Teknik analisa deskriptif dengan metode kuantitatif digunakan untuk mendapatkan gambaran mengenai fakta, sifat dan hubungan indikator dalam variabel yang ada dalam penelitian secara sistematis, akurat, dan faktual.

Pengukuran variabel diukur menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Nilai rata-rata dapat dilihat berdasarkan interval kelas yang dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Range} &= \frac{\text{Nilai skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{skala}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0,8\end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

- a. 1,0 – 1,8 = sangat buruk
- b. 1,81 – 2,6 = buruk
- c. 2,61 – 3,4 = cukup
- d. 3,41 – 4,2 = baik
- e. 4,21 – 5,0 = sangat baik

Sumber: (Ridwan, 2013)

3.9.2 Analisis Inferensial

3.9.2.1 Analisis regresi linier berganda

Regresi berganda didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal variabel independen dengan variabel dependen. Regresi linier berganda hanya akan dilakukan apabila variabel independen dalam sebuah penelitian berjumlah lebih dari satu atau minimal dua variabel (Sugiyono, 2017). Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), *perceived enjoyment* (X3), terhadap *intention to reuse* (Y).

Persamaan regresi linier berganda menggunakan rumus:

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

Keterangan :

Y = *intention to reuse*

a = konstanta

$b_{1,2,3}$ = koefisien variabel bebas

X_1 = *perceived usefulness*

X_2 = *perceived ease of use*

X_3 = *perceived enjoyment*

3.9.2.2 Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang dilakukan untuk menganalisis asumsi-asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam penggunaan regresi. Model regresi akan menghasilkan penduga yang tidak biasa jika memenuhi asumsi klasik, yang meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi variabel bebas maupun terikat atau keduanya berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016). Normalitas dalam penelitian ini dilihat dengan cara memperlihatkan titik-titik pada *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual* dengan dasar pengambilan keputusan adalah :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau grafik histogram dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen, jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal yaitu variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factors* (VIF). Dikatakan bebas multikolinieritas apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$, jadi bila nilai *tolerance* $< 0,10$ dan $VIF > 10$ berarti terdapat kasus multikolinearitas (Ghozali, 2016).

3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah suatu keadaan dimana terjadi korelasi antara residual tahun ini dengan tingkat kesalahan tahun sebelumnya. Autokorelasi memiliki tujuan untuk mengkaji apakah suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya ($t-1$). Jika terjadi korelasi maka dinamakan penyakit autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang terbebas dari autokorelasi (Ghozali, 2016). Untuk

mengetahui gejala autokorelasi pada penelitian adalah dengan cara menggunakan nilai DW (*Durbin Watson*) yang hanya digunakan untuk auto korelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada *variable* lagi diantara *variable independent*. Untuk menentukan auto korelasi dapat dilihat dalam tabel *Durbin Watson* sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Durbin Watson

Durbin Watson	Kesimpulan
$0 < d < dl$	Autokorelasi
$dl \leq d \leq du$	Tidak dapat disimpulkan
$du < d < 4-du$	Tidak ada autokorelasi
$4-du \leq d \leq 4-dl$	Tidak dapat disimpulkan
$4-dl < d < 4$	Autokorelasi negative

Sumber: Ghozali, 2016

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan terhadap pengamatan lain, apabila terjadi kesamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain maka hal ini dinamakan homokedastistas. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah sumbu Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized. Dasar analisis adalah

- a. Jika ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk pola teratur tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedasitas
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

5. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak (Ghozali, 2016). Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat, atau kubik. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linier antara variabel dependen dan variabel independen.

1. Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka hubungan antara variabel bebas *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), dan *perceived enjoyment* (X3) dengan variabel terikat *intention to reuse* (Y) adalah linier.
2. Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka hubungan antara variabel bebas *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), dan *perceived enjoyment* (X3) dengan variabel terikat *intention to reuse* (Y) adalah tidak linier.

3.10 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (uji t)

Menurut (Ghozali, 2016) uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak, yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
 - b. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima, yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel independen.
2. Uji koefisien determinasi

Menurut (Ghozali, 2016) koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas, dan sebaliknya apabila nilai mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.