BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Profil Shopee

Shopee adalah aplikasi *marketplace* online untuk jual beli di ponsel dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer.

Shopee Indonesia menerapkan sistem layanan jual beli interaktif antara penjual dan pembeli melalui fitur live chat. Shopee menyediakan berbagai sistem pembayaran melalui transfer bank, Indomaret, Kredivo, hingga kartu kredit. Selain itu, tersedia juga dompet elektronik, Shopee Pay yang dapat menyimpan seluruh dana, baik dari penjualan atau pembelian.

Shopee Indonesia juga memiliki fitur "Koin Shopee", yaitu koin virtual yang diperoleh dari hasil pembelian barang dengan promo tertentu dengan sistem cashback. Nantinya, "Koin Shopee" ini dapat ditukar dengan diskon saat pembelian barang berikutnya.

Untuk memastikan barang yang dikirim penjual Shopee sampai ke pembeli, Shopee Indonesia memberlakukan sistem Garansi Shopee sebagai jaminan uang akan kembali seratus persen jika barang tidak sampai. Shopee Indonesia berkerjasama dengan beberapa jasa logistik di Indonesia, seperti JNE, J&T, GOJEK (Go-Send), dan Pos Indonesia untuk membantu proses pengiriman barang.

Shopee mulai masuk ke pasar Indonesia pada akhi bulan Mei 2015 dan Shopee mulai beroperasi pada akhir Juni 2015 di Indonesia. Shopee merupakan anak perusahaan dari Garena yang berbasis di Singapura. Shopee telah hadir di beberapa negara di kawasan Asia Tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, dan Indonesia. Shopee Indonesia beralamat di Wisma 77 Tower 2, Jalan Letjen. S. Parman, Palmerah, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11410, Indonesia.

Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Pada halaman awal aplikasi shopee, pengunjung akan disuguhkan halaman website sebagai berikut:[66]

[66]https://shopee.co.id diakses pada 05 maret 2020 pukul 16.11

Gambar 4.1

Tampilan Awal Aplikasi Shopee

Sumber : Aplikasi Sopee, 2020

Pengunjung bisa langsung mengetik kata kunci barang yang diinginkan melalui kotak pencarian. Namun untuk mencari barang sesuai dengan kategori, maka terdapat beberapa pilihan kategori demi memudahkan pencarian, diantaranya kategori pakaian pria, pakaian wanita, handphone dan aksesoris, kecantikan, komputer dan aksesori, perlengkapan rumah, ibu dan bayi, fashion bayi dan anak, sepatu pria dan wanita, tas pria dan wanita, jam tangan, fashion muslim, elektronik, aksesoris fashion, hobi dan koleksi, kesehatan, fotograf, makanan dan minuman, olahraga dan outdoor, otomotif, buku dan alat tulis, voucher, souvenir dan pesta,hingga serba serbi.

Bila konsumen mengalami kebingungan, memiliki pertanyaan seputar kegiatan jual-beli di Shopee, atau bermasalah dalam kegiatan jual-beli, maka konsumen dapat menghubungi layanan Call Center 24 Jam di 1500702 dan 021-39500300 yang siap melayani mulai hari Senin sampai Minggu, termasuk hari libur nasional. Shopee juga memudahkan konsumen dalam menjawab segala pertanyaan seputar Shopee dengan mengakses:

"https://help.shopee.co.id/s/article/Bagaimana-cara-kontak-Customer-Service-Shopee" .

Shopee juga memiliki markas baru yang terletak di Pacific Century Place Tower, lantai 22, 23, 25, dan 26, Jakarta Selatan.[67]

Logo Shopee merupakan gabungan dari tiga unsur, yakni gambar, huruf dan warna. Untuk pemilihan gambar, Shopee menggunakan gambar berbentuk tas belanja. Di bagian depan tas belanja tersebut bertuliskan huruf 'S', dengan pemilihan logo dominan berwarna jingga. Berikut logo perusahaan shopee:

[67]https://help.shopee.co.id/s/article/Bagaimana-cara-kontak-Customer-Service-Shopee diakses tanggal 05 maret pukul 16.19

Gambar 4.2

Logo Shopee

Sumber: shopee.co.id

2. **Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung.**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) adalah salah satu fakultas yang ada di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Seiring dengan perkembangan dan peningkatan alih status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, maka secara resmi berdasarkan peraturan Presiden RI Nomor 50 Tahun 2013 tanggl 6 Agustus 2013 meningkat menjadi IAIN Tulungagung.

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung diresmikan oleh Menteri Agama RI yang bernama Bapak Suryadharma Ali, M.Sc., pada tanggal 28 Desember 2013 sekaligus pelantikan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Kemudian Perpres tersebut

diturunkan menjadi Peraturan Menteri Agama (PMA) Nomor 91 Tahun 2013 yang menjelaskan bahwa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung memiliki 4 fakultas, yaitu: Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum (FASIH) Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK), Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD), dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) memiliki 6 program studi atau jurusan, yang terdiri dari:[68]

a. Program Studi Perbankan Syariah (PS)
b. Program Studi Ekonomi Syariah (ES)
c. Program Studi Akuntansi Syariah (AKS)
d. Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf (MAZAWA)
e. Program Studi Manajemen Keuangan Syariah (MKS)
f. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS)

3. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung.

VISI:[69]

[68] http://febi.iain-tulungagung.co.id/fakultas/sejarah diakses pada tanggal 01 maret 2020 pukul 15.58

[69] http://febi.iain-tulungagung.ac.id/fakultas/visi-misi-a-tujuan diakses pada tanggal 01 maret 2020 pukul 16.09

"Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai pusat pengkajian, pengembangan dan penerapan ilmu ekonomi dan bisnis islam yang mampu bersaing secara nasional pada tahun 2021"

MISI:

a. Menyelenggarakan program pendidikan dan pengajaran untuk menghasilkan lulusan yang memiliki keunggulan kompetitif dalam mengembangkan keterampilan dibidang ekonomi dan bisnis islam.

b. Menyelenggarakan kegiatan penelitian dan pengkajian keilmuan di bidang ekonomi dan bisnis islam secara multidisipliner yang berkualitas dan bermanfaat bagi kepentingan akademik dan masyarakat.

c. Menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara efektif dan berkelanjutan dengan memanfaatkan keilmuan dibidang ekonomi dan bisnis islam dalam rangka memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

d. Membangun kerja sama dengan berbagai pihak (baik dalam maupun luar negeri) untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pelaksana Tridarma Perguruan Tinggi, terutama dalam bidang eonomi dan bisnis islam.

TUJUAN:

a. Terselenggaranya tata kelola lembaga yang terkoordinasi, terstruktur, dan hirarkis dari masing-masing bidang dapat bekerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsi serta tanggung jawab.

b. Terwujudnya sarjana ekonomi dan bisnis islam yang kompetitif, jujur, adil berjiwa *entrepreneur* yang kehidupan mampu menganalisis perkembangan ekonomi dan bisnis secara teoritik dan aplikatif sesuai kebutuhan masyarakat.

c. Terselenggaranya penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis islam yang dapat meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat.

d. Terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyrarakat melalui penyuluhan, pendampingan, dan pemberdayaan ekonomi yang dilakukan masyarakat.

e. Terselenggaranya kerjasama dan kemitraan dengan pihak luar, pemerintah dan swasta, perguruan tinggi, sektor industri, kalangan profesional, baik ditingkat kabupaten, provinsi, nasional, maupun internasional melalui progam magang, praktek pengalaman lapangan, penelitian bersama, kuliah non formal/kuliah tamu, dan rekruitmen kerja lulusan dan pengadaan sarana prasarana dengan manfaat yang bisa dirasakan masing-masing pihak.

f. Tergalinya potensi ekonomi yang ada di masyarakat dengan membuka peluang-peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan sentuhan kreativitas yang mampu membuka pangsa pasar baru.

4. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung

Tabel 4.1

Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Tulungagung

Dekan	Dr. H. Dede Nurohmah, M. Ag.
Wakil Dekan Bidang Akademik	Dr. H. Mashudi, M.Pd.I
Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencana dan Keuangan	Dr. Nur Aini Latifah, SE., MM
Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni	Dr. Sutopo, M. Pd.
Ketua Jurusan Perbankan Syariah	Muhamad Aqim Adlan, S.Ag., S. Pd., M.E.I
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah	Dr. Muhammad Aswad, S.Ag., MA
Ketua Jurusan Akuntansi Syariah	Dr. Qomarul Huda, M. Ag
Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah	Nur Aziz Muslim, M.H.I
Ketua Jurusan Manajemen Keuangan Syariah	Hj. Amalia Nuril Hidayati, M. Sy
Ketua Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf	Dyah Pravitasari, S.E, M.S.A
Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah	Refki Rusyadi, M.Pd.I
Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah	Suminto, M.Pd.I
Sekretaris Jurusan Akuntansi Syariah	Dedi Suselo, MM.

Sekretaris Jurusan Manajemen Bisnis Syariah	Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I
Sekretaris Jurusan Manajemen Keuangan Syariah	Moh. Rois Abin, M.Pd.I
Sekretaris Jurusan Manajemen Zakat Wakaf	Ahmad Budiman
Kabag TU Fakultas	Hj. Masruroh Tri Handayani, S.Ag., M.Pd.
Kasubbag Administrasi Umum dan Keuangan (Plt.)	Apriliyah, S.Kom, M.M
Kasubbag Akademik Kemahasiswaan dan Alumni	Drs. H. Miftahul Huda
Kepala Laboratorium	Siswahyudianto, S.Pd.I, M.M
Laboran	Nurhadi Syaifudin Zuhri, S.E
Staf	Moch. Turmudi, S.Kom
Staf	Wahyu Nita Kurrotaa'yun Nuriski, S.E
Staf	Azizul Hanifah Hadi, S.Kom

B. Deskripsi Responden

Data responden yang diperoleh dapat digunakan untuk menggambarkan keadaan responden dan juga sebagai tambahan informasi mengenai karakteristik responden yang diambil sebagai sampel Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.

1. Jenis Kelamin Responden

Data mengenai jenis kelamin responden Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung yang masih aktif yang diambil sebagai sampel antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen (%)
Laki-laki	9	9%
Perempuan	86	91%
Total	**95**	**100%**

Sumber : Pengolahan Data Penelitian Tahun 2020

Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden yang diambil menunjukkan yang paling banyak adalah responden perempuan dengan jumlah 86 orang atau 91%. Sedangkan responden laki-laki berjumlah 9 orang atau 9%. Berdasarkan jumlah presentase tersebut, dapat diketahui bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung berjenis kelamin perempuan lebih besar daripada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah berjenis kelamin laki-laki.

2. Umur Responden

Data mengenai umur responden Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung yang masih aktif yang diambil sebagai sampel antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.3

Umur Responden

Umur Responden	Jumlah	Persen (%)
17 - 21 Tahun	80	84%
22 - 25 Tahun	15	16%
25 – 29 Tahun	-	-
Total	**95**	**100%**

Sumber : Pengolahan Data Penelitian Tahun 2020

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.3 diatas memperlihatkan bahwa jumlah responden yang paling banyak ada pada rentan usia 17-21 tahun dengan jumlah 80 orang atau 84%. Diikuti dengan responden yang berumur 22-25 tahun dengan jumlah 15 orang atau 16%. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung yang masih aktif sebagian besar masih dikisaran usia 17-21 tahun.

3. Pekerjaan Responden

Data mengenai jenis pekerjaan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung yang masih aktif yang diambil sebagai sampel antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.4

Jenis Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	Pelajar/mahasiswa	95	100%
2	Wiraswasta	-	-
3	Pegawai/karyawan	-	-
4	Ibu rumah tangga	-	-
5	Lain-lain	-	-
Total		**95**	**100%**

Sumber : Pengolahan Data Peneitian Tahun 2020

Dari tabel 4.4 diatas, diketahui bahwa jenis pekerjaan responden yang semuanya masih pelajar/mahasiswa yaitu 95 orang atau 100%. Sedangkan jenis pekerjaan yang lainnya kosong atau nol persen.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Kuesioner yang telah peneliti sebarkan kepada responden yang terdiri atas 45 pertanyaan dan dibagi dalam 5 kategori yaitu (1) 9 pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kebutuhan; (2) 9 pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh pengalaman; (3) 9 pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh referensi; (4) 9 pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi; (5) 9 pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui keputusan pembelian pada toko online shopee. Hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan (X1)

Tabel 4.5

Frekuensi Jawaban Kuesioner Kebutuhan

SKOR JAWABAN										
	SS		**S**		**RG**		**TS**		**STS**	
ITEM	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	26	27,4	52	54,7	11	11,6	6	6,3	0	0
X1.2	42	44,2	49	51,6	2	2,1	1	1,1	1	1,1
X1.3	30	31,6	56	58,9	8	8,4	0	0	1	1,1
X1.4	15	15,8	45	47,4	31	32,6	4	4,2	0	0
X1.5	39	41,1	50	52,6	4	4,2	2	2,1	0	0
X1.6	12	12,6	63	66,3	16	16,8	4	4,2	0	0
X1.7	44	46,3	48	50,5	2	2,1	1	1,1	0	0
X1.8	41	43,2	45	47,4	8	8,4	1	1,1	0	0
X1.9	34	35,8	48	50,5	8	8,4	5	5,3	0	0

Sumber : Pengolahan Data Penelitian Tahun 2020

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Tentang Variabel Kebutuhan

Jawaban	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	**283**	**33%**
Setuju	**456**	**53%**
Ragu-Ragu	**90**	**11%**
Tidak Setuju	**24**	**3%**
Sangat Tidak Setuju	**2**	**0%**
Total	**855**	**100%**

Sumber : Pengolahan Data Penelitian Tahun 2020

Dari tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa untuk variabel kebutuhan yang diwakili oleh 9 item pertanyaan atau pernyataan sebanyak 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 3% responden menyatakan tidak setuju, 11% menyatakan ragu-ragu, 53% responden menyatakan setuju dan 33% responden menyatakan sangat setuju.

2. Pengalaman (X2)

Tabel 4.7

Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel Pengalaman

SKOR JAWABAN										
	SS		**S**		**RG**		**TS**		**STS**	
ITEM	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	15	15,8	60	63,2	18	18,9	0	0	1	2,1
X2.2	10	10,5	63	66,3	20	21,1	1	1,1	1	1,1
X2.3	37	38,9	50	52,6	4	4,2	4	4,2	0	0
X2.4	15	15,8	61	64,2	16	16,8	3	3,2	0	0
X2.5	14	14,7	55	57,9	25	26,3	1	1,1	0	0
X2.6	17	17,9	48	50,5	25	26,3	4	4,2	1	1,1
X2.7	26	27,4	50	52,6	17	17,9	2	2,1	0	0
X2.8	23	24,2	58	61,1	13	13,7	1	1,1	0	0
X2.9	21	22,1	56	58,9	14	14,7	3	3,2	1	1,1

Sumber : Pengolahan Data Penelitian Tahun 2020

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Tentang Variabel Pengalaman

Jawaban	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	**178**	**21%**
Setuju	**501**	**59%**
Ragu-Ragu	**152**	**18%**
Tidak Setuju	**19**	**2%**
Sangat Tidak Setuju	**5**	**1%**
Total	**855**	**100%**

Sumber : Pengolahan Data Penelitian Tahun 2020

Dari tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa untuk variabel pengalaman yang diwakili oleh 9 item pertanyaan atau pernyataan sebanyak 1% responden menyatakan sangat tidak setuju, 2% responden menyatakan tidak setuju, 18% menyatakan ragu-ragu, 59% responden menyatakan setuju dan 21% responden menyatakan sangat setuju.

3. Referensi (X4)

Tabel 4.9

Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel Reverensi

SKOR JAWABAN										
	SS		**S**		**RG**		**TS**		**STS**	
ITEM	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	11	11,6	42	44,2	18	18,9	23	24,2	1	1,1
X3.2	18	18,9	44	46,3	11	11,6	22	23,2	0	0
X3.3	21	22,1	51	53,7	20	21,1	2	2,1	1	1,1
X3.4	18	18,9	44	46,3	22	23,2	10	10,5	1	1,1
X3.5	17	17,9	60	63,2	12	12,6	6	6,3	0	0
X3.6	18	18,9	38	40,0	30	31,6	8	8,4	1	1,1
X3.7	14	14,7	52	54,7	17	17,9	12	12,6	0	0
X3.8	15	15,8	48	50,5	23	24,2	9	9,5	0	0
X3.9	21	22,1	52	54,7	15	15,8	7	7,4	0	0

Sumber : Pengolahan Data Penelitian Tahun 2020

Tabel 4.10

Tanggapan Responden Tentang Variabel Referensi

Jawaban	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	**153**	**18%**
Setuju	**431**	**50%**
Ragu-Ragu	**168**	**20%**
Tidak Setuju	**99**	**12%**
Sangat Tidak Setuju	**4**	**0%**
Total	**855**	**100%**

Sumber : Pengolahan Data Penelitian Tahun 2020

Dari tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa untuk variabel kebutuhan yang diwakili oleh 9 item pertanyaan atau pernyataan sebanyak 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 12% responden menyatakan tidak setuju, 20% menyatakan ragu-ragu, 50% responden menyatakan setuju dan 18% responden menyatakan sangat setuju.

4. Promosi (X4)

Tabel 4.11

Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel Promosi

SKOR JAWABAN										
	SS		**S**		**RG**		**TS**		**STS**	
ITEM	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X4.1	32	33,7	54	56,8	9	9,5	0	0	0	0
X4.2	29	30,5	59	62,1	6	6,3	1	1,1	0	0
X4.3	29	30,5	50	52,6	13,	13,7	3	3,2	0	0
X4.4	27	28,4	61	64,2	5	5,3	1	1,1	1	1,1
X4.5	41	43,2	47	49,5	5	5,3	2	2,1	0	0
X4.6	34	35,8	51	53,7	9	9,5	1	1,1	0	0
X4.7	24	25,3	61	64,2	9	9,5	1	1,1	0	0
X4.8	18	18,9	64	67,4	13	13,7	0	0	0	0
X4.9	16	16,8	56	58,9	21	22,1	2	2,1	0	0

Sumber : Pengolahan Data Penelitian Tahun 2020

Tabel 4.12

Tanggapan Responden Tentang Variabel Promosi

Jawaban	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	**250**	**29%**
Setuju	**503**	**59%**
Ragu-Ragu	**90**	**11%**
Tidak Setuju	**11**	**1%**
Sangat Tidak Setuju	**1**	**0%**
Total	**855**	**100%**

Sumber : Pengolahan Data Penelitian Tahun 2020

Dari tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa untuk variabel kebutuhan yang diwakili oleh 9 item pertanyaan atau pernyataan sebanyak 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 1% responden menyatakan tidak setuju, 11% menyatakan ragu-ragu, 59% responden menyatakan setuju dan 29% responden menyatakan sangat setuju.

5. Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee (Y)

Tabel 4.13
Frekuensi Jawaban Kuesioner
Variabel Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee

SKOR JAWABAN										
	SS		**S**		**RG**		**TS**		**STS**	
ITEM	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	20	21,1	50	52,6	19	20,0	6	6,3	0	0
Y2	21	22,1	63	66,3	9	9,5	2	2,1	0	0
Y3	16	16,8	58	61,1	16	16,8	5	5,3	0	0
Y4	12	12,6	62	65,3	16	16,8	5	5,3	0	0
Y5	17	17,9	60	63,2	13	13,7	5	5,3	0	0
Y6	19	20,0	61	64,2	12	12,6	3	3,2	0	0
Y7	27	28,4	56	58,9	11	11,6	1	1,1	0	0
Y8	20	21,1	62	65,3	12	12,6	1	1,1	0	0
Y9	27	28,4	58	61,1	9	9,5	1	1,1	0	0

Sumber : Pengolahan Data Penelitian Tahun 2020

Tabel 4.14

Tanggapan Responden Tentang Variabel

Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee

Jawaban	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	179	21%
Setuju	530	62%
Ragu-Ragu	117	14%
Tidak Setuju	29	3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	855	100%

Sumber : Pengolahan Data Penelitian Tahun 2020

Dari tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa untuk variabel kebutuhan yang diwakili oleh 9 item pertanyaan atau pernyataan sebanyak 3% responden menyatakan tidak setuju, 14% menyatakan ragu-ragu, 62% responden menyatakan setuju dan 21% responden menyatakan sangat setuju.

D. Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Teknik uji validitas item dengan teknik *Corrected Item-Total Correlation* yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan totalnya dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang overestimasi. Hal ini dikarenakan agar tidak terjadi koefisien item total yang over estimasi (estimasi nilai yang lebih tinggi dari yang sebenarnya). Pada metode ini tidak perlu

memasukkan skor total karena sudah dihitung secara otomatis. Pengujian signifikansi diilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dapat dinyatakan valid. Dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.[70]

Tabel 4.15

Uji Validitas Variabel Kebutuhan (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	33,43	12,418	,250	,788
X1.2	33,09	11,342	,580	,737
X1.3	33,26	11,217	,618	,731
X1.4	33,72	12,227	,308	,778
X1.5	33,14	11,417	,591	,736
X1.6	33,59	12,755	,266	,780
X1.7	33,04	12,254	,452	,756
X1.8	33,14	11,375	,583	,737
X1.9	33,29	10,891	,565	,737

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.15 diatas dengan melihat nilai *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan dalam kuesioner adalah valid. Hal ini dikarenakan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dalam tabel tersebut lebih besar dari r_{tabel} yaitu r_{hitung} dapat dilihat di kolom *Corrected Item-Total Correlation* dan r_{tabel} yang di dapat adalah 0,2017. Sebagaimana yang dijelaskan diatas jika nilai positif dan

[70]Rochmad Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis SPSS,* (Ponorogo: CV Wade Group, 2016), hlm. 70

$r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dapat dinyatakan valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.16

Uji Validitas Variabel Pengalaman (X2)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	31,81	15,155	,514	,835
X2.2	31,87	14,814	,665	,820
X2.3	31,45	16,229	,313	,855
X2.4	31,79	15,104	,584	,828
X2.5	31,85	14,829	,655	,821
X2.6	31,92	14,142	,615	,824
X2.7	31,66	14,885	,562	,830
X2.8	31,63	15,001	,637	,823
X2.9	31,74	14,728	,555	,831

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.16 diatas dengan melihat nilai *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan dalam kuesioner adalah valid. Hal ini dikarenakan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dalam tabel tersebut lebih besar dari r_{tabel} yaitu r_{hitung} dapat dilihat di kolom *Corrected Item-Total Correlation* dan r_{tabel} yang di dapat adalah 0,2017. Sebagaimana yang dijelaskan diatas jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dapat dinyatakan valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.17

Uji Validitas Variabel Referensi (X3)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	31,49	23,529	,553	,886
X3.2	31,39	23,091	,721	,871
X3.3	31,06	25,102	,467	,891
X3.4	31,36	23,317	,689	,873
X3.5	31,26	24,153	,708	,873
X3.6	31,42	23,246	,676	,874
X3.7	31,18	23,659	,713	,872
X3.8	31,16	23,432	,764	,868
X3.9	31,19	24,347	,558	,884

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.17 diatas dengan melihat nilai *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan dalam kuesioner adalah valid. Hal ini dikarenakan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dalam tabel tersebut lebih besar dari r_{tabel} yaitu r_{hitung} dapat dilihat di kolom *Corrected Item-Total Correlation* dan r_{tabel} yang di dapat adalah 0,2017. Sebagaimana yang dijelaskan diatas jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dapat dinyatakan valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.18

Uji Validitas Variabel Promosi (X4)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	33,18	12,170	,635	,819
X4.2	33,20	12,630	,529	,830
X4.3	33,32	12,303	,456	,840
X4.4	33,24	12,058	,596	,823
X4.5	33,08	12,035	,589	,823
X4.6	33,18	11,617	,709	,810
X4.7	33,28	12,461	,563	,827
X4.8	33,37	12,533	,595	,824
X5.9	33,52	12,891	,388	,845

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan data 4.18 pada tabel diatas dengan melihat nilai *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan dalam kuesioner adalah valid. Hal ini dikarenakan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dalam tabel tersebut lebih besar dari r_{tabel} yaitu r_{hitung} dapat dilihat di kolom *Corrected Item-Total Correlation* dan r_{tabel} yang di dapat adalah 0,2017. Sebagaimana yang dijelaskan diatas jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dapat dinyatakan valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.19

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	32,16	15,156	,630	,870
Y2	31,96	15,977	,677	,866
Y3	32,15	15,595	,627	,870
Y4	32,19	15,325	,726	,861
Y5	32,11	15,351	,686	,864
Y6	32,03	15,563	,706	,863
Y7	31,89	16,053	,633	,869
Y8	31,98	16,680	,542	,876
Y9	31,87	17,069	,446	,884

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.19 diatas dengan melihat nilai *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan dalam kuesioner adalah valid. Hal ini dikarenakan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dalam tabel tersebut lebih besar dari r_{tabel} yaitu r_{hitung} dapat dilihat di kolom *Corrected Item-Total Correlation* dan r_{tabel} yang di dapat adalah 0,2017. Sebagaimana yang dijelaskan diatas jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dapat dinyatakan valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.

Setiap item pernyataan kuesioner yang valid bisa dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Dalam kuesioner ini, semua item pernyataan dalam variabel kebutuhan (X1), pengalaman (X2),

referensi (X3), promosi (X4) dan keputusan pembelian (Y) telah memenuhi persyaratan validitas melalui data statistik.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsistensi jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalan penelitian untuk mengukur skala likert adalah *cronbach alpha*. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrumen atau tidak menggunakan batasan 0,6. Menurut sekaran, reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS 22 sebagai berikut :

Tabel 4.20

Uji Reliabilitas Kebutuhan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,776	9

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan tabel *Reliability Statistic* diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,776. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan dalam variabel kebutuhan (X1) adalah reliabel. Karena nilai *Cronbach's Alpha* Sebesar 0,776 seperti yang dikemukakan Sekaran, jika reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab pernyataan dari variabel kebutuhan (X1).

Tabel 4. 21

Uji Reliabilitas Pengalaman (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,846	9

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan tabel *Reliability Statistic* diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,846. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan dalam variabel Pengalaman (X2) adalah reliabel. Karena nilai *Cronbach's Alpha* Sebesar 0,846 seperti yang dikemukakan Sekaran, jika reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab pernyataan dari variabel pengalaman (X2).

Tabel 4. 22

Uji Reliabilitas Referensi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,889	9

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan tabel *Reliability Statistic* diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,889. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan dalam variabel referensi (X3) adalah reliabel. Karena nilai *Cronbach's Alpha* Sebesar 0,889 seperti yang dikemukakan Sekaran, jika reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab pernyataan dari variabel referensi (X3).

Tabel 4. 23

Uji Reliabilitas Promosi (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,843	9

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan tabel *Reliability Statistic* diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,843. Hal ini menunjukkan bahwa

pernyataan dalam variabel promosi (X4) adalah reliabel. Karena nilai *Cronbach's Alpha* Sebesar 0,843 seperti yang dikemukakan Sekaran, jika reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab pernyataan dari variabel promosi (X4).

Tabel 4. 24

Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,882	9

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan tabel *Reliability Statistic* diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,877. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan dalam variabel keputusan pembelian (Y) adalah reliabel. Karena nilai *Cronbach's Alpha* Sebesar 0,776 seperti yang dikemukakan Sekaran, jika reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab pernyataan dari variabel kepuusan pembelian (Y).

2. Hasil Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik parametrik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan untuk menguji normalitas data. Metode yang digunakan dalam menguji normalitas adalah uji *Kolmogrov-Smirnov*. Jika nilai signifikan dari hasil uji *Kolmogrov-Smirnov* > 0,05, maka terdistribusi normal dan sebaliknya.

Tabel 4.25

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,02290004
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,040
	Negative	-,084
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,095[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* diperoleh nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,095. Kemudian nilai *Asymp.Sig*

(2-tailed) itu akan dibandingkan dengan 0,05 atau taraf signifikan 5% untuk mengambil keputusan. Dari hasil uji normalitas dengan tabel *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* diperoleh nilai 0,095 yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dari data tersebut dapat dilihat jika nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka semua variabel yaitu kebutuhan (X1), pengalaman (X2), referensi (X3), promosi (X4) dan keputusan pembelian (Y) berdistribusi normal.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai toleransi dan lawannya serta *variance inflation factor* (VIF). Jadi nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (VIF= 1/*Tolerance*).[71] Kriteria yang digunakan adalah :

1) Jika nilai VIF disekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.

2) Jika nilai Tolerance ≥ 0.10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.

[71]Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif,* (Yogyakarta: Deepublish, 2018) hlm. 15

Tabel 4.26

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,589	3,678		,160	,873		
	KEBUTUHAN	,222	,107	,190	2,069	,041	,609	1,641
	PENGALAMAN	,282	,112	,274	2,510	,014	,432	2,313
	REFERENSI	,139	,053	,197	2,610	,011	,897	1,115
	PROMOSI	,331	,112	,291	2,964	,004	,533	1,876

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan tabel *Coefficients* dapat diketahui bahwa variabel kebutuhan (X1) memperoleh nilai VIF 1,641 dan nilai *Tolerance* sebesar 0,609, variabel pengalaman (X2) memperoleh nilai VIF 2,313 dan nilai *Tolerance* sebesar 0,432, variabel referensi (X3) memperoleh nilai VIF 1,115 dan nilai *Tolerance* sebesar 0,897, variabel promosi (X4) memperoleh nilai VIF 1,876 dan nilai *Tolerance* sebesar 0,533. Dari keempat variabel tersebut, nilai VIF kurang dari 10,00 (<10,00) dan nilai Tolerance lebih dari 0,10 (< 0,10), sehingga dapat disimpulkan jika keempat variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

b. Hasil Uji Autokorelasi

Tujuan uji autokorelasi yaitu untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka terjadi autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.[72]

Menurut Singgih, untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, melalui metode tabel Durbin-Watson yang dapat dilakukan melalui program SPSS, dimana secara umum dapat diambil patokan yaitu:

1) Jika D-W dibawah -2, berarti autokorelasi positif.
2) Jika D-W diatas +2, berarti autokorelasi negatif.
3) Jika D-W diantara -2 sampai dengan +2, berarti tidak ada autokorelasi.

Tabel 4. 27
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,734[a]	,538	,518	3,089	1,776

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, REFERENSI, KEBUTUHAN, PENGALAMAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

[72]Masyhuri Machfudz, *Metode Penelitian Ekonomi,* (Malang: Genius Media, 2014), hlm. 136

Berdasarkan tabel 4.27 diatas, didapatkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,776 . Dari hasil tersebut dapat diketahui jika angka Durbin-Watson diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi, sehingga keempat variabel yaitu kebutuhan (X1), pengalaman (X2), referensi (X3) dan promosi (X4) tidak ada aukorelasi atau regresi tersebut bebas autokorelasi.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan metode grafik. Dasar kriterianya dalam pengambilan keputusan yaitu:

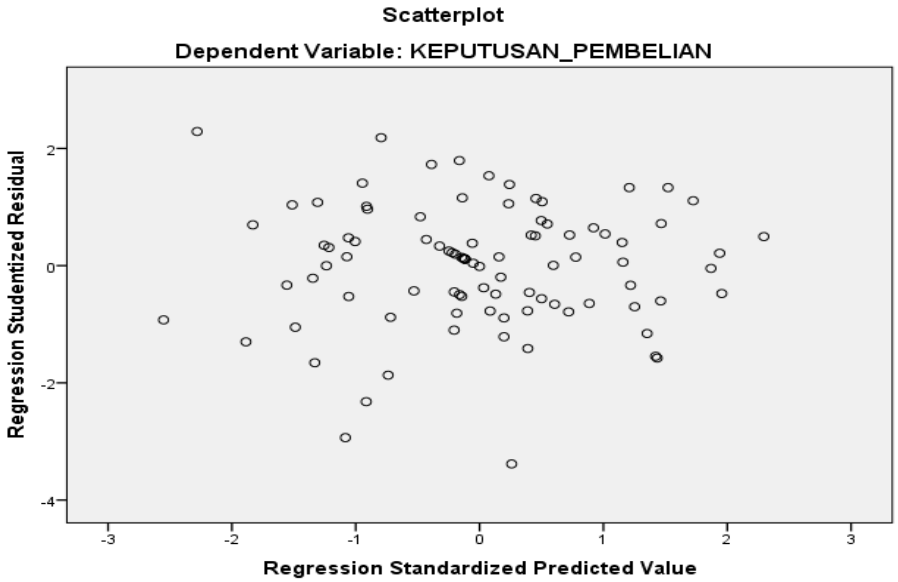
1) Jika ada pola tertentu, seperti tititk-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas.

2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik- titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumby Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS 22.0 sebagai berikut :

Gambar 4. 3

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Dari pola gambar *scatterplot* model diatas, maka model tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas karena penyebaran titik-titik tidak berpola, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

4. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan dimasa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independent) terhadap suatu variabel tidak bebas (dependent). Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel

bebas yang digunakan. Penerapan metode regresi berganda jumlah variabel bebas yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tidak bebas.

Berdasarkan uji analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 22.0 sebagai berikut:

Tabel 4.28
Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,589	3,678		,160	,873		
KEBUTUHAN	,222	,107	,190	2,069	,041	,609	1,641
PENGALAMAN	,282	,112	,274	2,510	,014	,432	2,313
REFERENSI	,139	,053	,197	2,610	,011	,897	1,115
PROMOSI	,331	,112	,291	2,964	,004	,533	1,876

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.28 diatas, dapat diketahui persamaan regresi linier berganda yaitu:

Y= 0,589 + 0,222 (X1) + 0,282 (X2) + 0,139 (X3) + 0,331 (X4)

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat di jelaskan segabai berikut:

a. Konstanta α = 0,589

Konstanta sebesar 0,589 artinya apabila skor variabel kebutuhan, pengalaman, referensi dan promosi adalah 0/ tidak ada, maka keputusan pembelian pada toko online shopee sebesar 0,589 atau semakin meningkat sebesar 0,589.

b. Koefisien Regresi X1 = 0,222

Variabel kebutuhan (X1) sebesar 0,222 merupakan nilai yang positif menunjukkan adanya hubungan yang positif antara kebutuhan dengan keputusan pembelian pada toko online shopee. Artinya setiap kenaikan 1 satuan unit kebutuhan, maka akan menaikkan keputusan pembelian pada toko online shopee sebesar 0,222. Sebaliknya apabila mengalami penurunan 1 satuan unit kebutuhan, maka keputusan pembelian pada toko online shopee di prediksi mengalami penurunan sebesar 0,222, dengan anggapan X2, X3 dan X4 tetap.

c. Koefisien Regresi X2 = 0,282

Variabel pengalaman (X2) sebesar 0,282 merupakan nilai yang positif menunjukkan adanya hubungan yang positif antara pengalaman dengan keputusan pembelian pada toko online shopee. Artinya setiap kenaikan 1 satuan unit pengalaman, maka akan menaikkan keputusan pembelian pada toko online shopee sebesar 0,282. Sebaliknya apabila mengalami penurunan 1 satuan unit pengalaman, maka keputusan pembelian pada toko online shopee

di prediksi mengalami penurunan sebesar 0,282, dengan anggapan X3, X4 dan X1 tetap.

d. Koefisien Regresi X3 = 0,139

Variabel referensi (X3) sebesar 0,139 merupakan nilai yang positif menunjukkan adanya hubungan yang positif antara referensi dengan keputusan pembelian pada toko online shopee. Artinya setiap kenaikan 1 satuan unit referensi, maka akan menaikkan keputusan pembelian pada toko online shopee sebesar 0,139. Sebaliknya apabila mengalami penurunan 1 satuan unit referensi, maka keputusan pembelian pada toko online shopee di prediksi mengalami penurunan sebesar 0,139, dengan anggapan X4, X1 dan X2 tetap.

e. Koefisien Regresi X4 = 0,331

Variabel promosi (X4) sebesar 0,331 merupakan nilai yang positif menunjukkan adanya hubungan yang positif antara promosi dengan keputusan pembelian pada toko online shopee. Artinya setiap kenaikan 1 satuan unit promosi, maka akan menaikkan keputusan pembelian pada toko online shopee sebesar 0,282. Sebaliknya apabila mengalami penurunan 1 satuan unit promosi, maka keputusan pembelian pada toko online shopee di prediksi mengalami penurunan sebesar 0,282, dengan anggapan X1, X2 dan X3 tetap.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Uji T pada dasarnya digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan koefisiensi regresi. Jika suatu koefisiens regresi signifikan menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel independen.

Berdasarkan dari hasil uji T dengan menggunakan program SPSS. 22.0 sebagai berikut:

Tabel 4. 29
Uji Koefisien Regresi Persial (Uji T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,589	3,678		,160	,873
	KEBUTUHAN	,222	,107	,190	2,069	,041
	PENGALAMAN	,282	,112	,274	2,510	,014
	REFERENSI	,139	,053	,197	2,610	,011
	PROMOSI	,331	,112	,291	2,964	,004

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan dari hasil uji T dengan menggunakan program SPSS.22.0 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Variabel Kebutuhan

Berdasarkan output SPSS 22.0 pada tabel diatas, diketahui T hitung sebesar 2,069 dan T tabel dengan tingkat signifikan sebesar 5%, df = n-k (95-4), maka diperoleh T tabel sebesar 1,986. Dengan demikian, dibandingkan T hitung dengan T tabel dapat diperoleh kesimpulan bahwa T hitung > T tabel (2,069 > 1,986) dan nilai signifikansi 0,041 < 0,05, maka menolak H_0. Nilai T positif menunjukkan bahwa kebutuhan (X1) mempunyai hubungan yang searah dengan keputusan pembelian pada toko online shopee (Y). Dapat disimpulkan jika secara parsial atau individu, variabel kebutuhan (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee.

2) Variabel Pengalaman

Berdasarkan output SPSS 22.0 pada tabel diatas, diketahui T hitung sebesar 2,510 dan T tabel dengan tingkat signifikan sebesar 5%, df = n-k (95-4), maka diperoleh T tabel sebesar 1,986. Dengan demikian, dibandingkan T hitung dengan T tabel dapat diperoleh kesimpulan bahwa T hitung > T tabel (2,510 > 1,986) dan nilai signifikansi 0,014 < 0,05, maka menolak H_0. Nilai T positif menunjukkan bahwa pengalaman (X2) mempunyai hubungan yang searah dengan

keputusan pembelian pada toko online shopee (Y). Dapat disimpulkan jika secara parsial atau individu, variabel pengalaman (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee.

3) Variabel Referensi

Berdasarkan output SPSS 22.0 pada tabel diatas, diketahui T hitung sebesar 2,610 dan T tabel dengan tingkat signifikan sebesar 5%, df = n-k (95-4), maka diperoleh T tabel sebesar 1,986. Dengan demikian, dibandingkan T hitung dengan T tabel dapat diperoleh kesimpulan bahwa T hitung > T tabel (2,610 > 1,986) dan nilai signifikansi 0,011 < 0,05, maka menolak H_0. Nilai T positif menunjukkan bahwa referensi (X3) mempunyai hubungan yang searah dengan keputusan pembelian pada toko online shopee (Y). Dapat disimpulkan jika secara parsial atau individu, variabel referensi (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee.

4) Variabel Promosi

Berdasarkan output SPSS 22.0 pada tabel diatas, diketahui T hitung sebesar 2,964 dan T tabel dengan tingkat signifikan sebesar 5%, df = n-k (95-4), maka diperoleh T tabel sebesar 1,986. Dengan demikian, dibandingkan T hitung

dengan T tabel dapat diperoleh kesimpulan bahwa T hitung > T tabel (2,964 > 1,986) dan nilai signifikansi 0,004 < 0,05, maka menolak H_0. Nilai T positif menunjukkan bahwa promosi (X4) mempunyai hubungan yang searah dengan keputusan pembelian pada toko online shopee (Y). Dapat disimpulkan jika secara parsial atau individu, variabel promosi (X4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee.

b. Hasil Uji Koefisiensi Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji keberartian model regresi atau uji F yaitu pengujian terhadap variabel independen secara bersama (simultan) yang ditujukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berdasarkan dari hasil uji Fdengan menggunakan program SPSS.22.0 sebagai berikut :

Tabel 4.30

Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1000,867	4	250,217	26,217	,000[b]
	Residual	858,965	90	9,544		
	Total	1859,832	94			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), PROMOSI, REFERENSI, KEBUTUHAN, PENGALAMAN

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan ouput SPSS 22.0 pada tabel 4.30 diatas diketahui F hitung sebesar 26,217 dan F tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan kebebasan df 1 = k (4) dan df2 = N-k (95-4 = 91), maka diperoleh F tabel sebesar 2,47. Dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel dapat diperoleh bahwa F hitung > F tabel (26,217 > 2,47) dan nilai signifikansi yang diperoleh 0,000 < 0,05, maka menolak H_0. Artinya secara simultan terdapat pengaruh antara variabel kebutuhan (X1), pengalaman (X2), referensi (X3) dan promosi (X4) terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee.

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah suatu ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Deengan

kata lain, koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel X (X1, X2, X3.....Xn) yang merupakan variabel bebas, menerangkan atau menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat.[73]

Berdasarkan dari hasil uji koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS.22.0 sebagai berikut :

Tabel 4. 31

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,734[a]	,538	,518	3,089

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, REFERENSI, KEBUTUHAN, PENGALAMAN

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Dari hasil Output SPSS 22.0 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *R Square* atau koefisien determinasi adalah 0,538 artinya 53,8% (0,538 x 100%) variabel dependen keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari kebutuhan, pengalaman, referensi, dan promosi dan sisanya 46,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan.

[73]Suharyadi dan Purwano, *Statistika: Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern,* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm.217