

BAB V
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Pengujian Instrumen Penelitian

5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan untuk mengukur kevaliditasan kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan – pernyataan didalamnya dapat mendefinisikan apa yang ingin diukur dalam kuesioner tersebut.

Dasar pengambilan keputusan

1. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana pernyataan dikatakan valid
2. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ dimana pernyataan dikatakan tidak valid

Tabel 5.1
Pengujian Validitas Minat Beli (Y)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.548	0.2732	Valid
2	0.525	0.2732	Valid
3	0.543	0.2732	Valid
4	0.630	0.2732	Valid
5	0.550	0.2732	Valid
6	0.695	0.2732	Valid

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Tabel 5.2
Pengujian Validitas Diskon (X^3)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.618	0.2732	Valid
2	0.595	0.2732	Valid
3	0.691	0.2732	Valid
4	0.590	0.2732	Valid

5		0.648	0.2732	Valid
---	--	-------	--------	-------

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Tabel 5.3
Pengujian Validitas Kualitas Layanan (X^2)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.602	0.2732	Valid
2	0.601	0.2732	Valid
3	0.704	0.2732	Valid
4	0.608	0.2732	Valid
5	0.668	0.2732	Valid

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Tabel 5.4
Pengujian Validitas Ongkos Kirim (X^1)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.622	0.2732	Valid
2	0.610	0.2732	Valid
3	0.719	0.2732	Valid
4	0.612	0.2732	Valid
5	0.659	0.2732	Valid

Sumber: data diolah peneliti, 2024

5.1.2 Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel termasuk instrumen dimana dipakai berulang kali dalam pengukuran objek yang serupa, nantinya dapat menciptakan data yang serupa (reliabel) pada tiap ukuran, Berikut ini adalah kriteria pengujian:

1. Bila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, instrumen dikatakan reliabel
2. Bila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, instrumen dikatakan invariabel

Tabel 5.5
Pengujian Reliabilitas Semua Variabel

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	R tabel	Keterangan
Minat Beli (Y)	0.607	0.60	Reliabel
Diskon (X3)	0.603	0.60	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	0.624	0.60	Reliabel
Ongkos Kirim (X1)	0.634	0.60	Reliabel

Sumber: data diolah peneliti, 2024

5.1.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 5.6
Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	Koefisien		<i>Cronbach Alpha</i>	Status
		<i>Pearson Correlation</i>	Status		
Ongkos Kirim (X ¹)	X1.1	0.622		0.634	RELIABEL
	X1.2	0.610			
	X1.3	0.719	VALID		
	X1.4	0.612			
	X1.5	0.659			
Kualitas Layanan (X ²)	X2.1	0.602		0.624	RELIABEL
	X2.2	0.601			
	X2.3	0.704	VALID		
	X2.4	0.608			
	X2.5	0.668			
Diskon (X ³)	X3.1	0.618		0.603	RELIABEL
	X3.2	0.595			
	X3.3	0.691	VALID		
	X3.4	0.590			
	X3.5	0.648			
	Y.1	0.548			

Minat	Y.2	0.525			
Beli	Y.3	0.543	VALID	0.607	RELIABEL
(Y)	Y.4	0.630			
	Y.5	0.550			
	Y.6	0.695			

Sumber: data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas, bahwa hasil uji validitas dalam penelitian ini untuk variabel ongkos kirim (X^1), kualitas layanan (X^2), dan diskon (X^3) terhadap minat beli (Y), maka dapat dikatakan bahwa indikator atau pernyataan yang diajukan valid, karena setiap pernyataan menghasilkan koefisien R hitung lebih besar dari R tabel yaitu 0.2732, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang diajukan valid pada signifikansi 5% (0,05). Sedangkan untuk uji reliabilitas menggunakan koefisien *cronbach alpha*. Jika nilai alpha di atas 0,6 mengindikasikan instrumen yang digunakan telah reliabel. Maka nilai pada *Cronbach's Alpha* pada tabel di atas, setiap variabel $> 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini dinyatakan Reliabel.

5.2 Pengujian Asumsi Klasik

5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna menguji apakah data penelitian dari masing – masing variabel terdistribusi normal ataupun tidak.

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal

Tabel 5.7

Hasil Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000

	Std. Deviation	2.38164619
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.083
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil analisis diatas, hasil pengujian normalitas yang sudah dipaparkan pada tabel sehingga dapat diketahui bahwa dari pengujian *Kolmogrov-Smirnov* adalah diperoleh nilai sig (*2-tailed*) $0,200 > 0,05$. Sehingga dapat diperoleh kesimpulan bahwasannya maka data penelitian berdistribusi normal.

5.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Tidak terjadi gejala multikolinieritas, jika nilai *Tolerance* $> 0,100$ dan nilai *VIF* $< 10,00$.

Tabel 5.8
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	11.912	4.621		2.578	.013		
Ongkos Kirim (X1)	.007	.118	.007	.061	.952	.969	1.032
Kualitas Layanan (X2)	-.008	.121	-.007	-.064	.949	.977	1.023
Diskon (X3)	.636	.120	.613	5.274	.000	.962	1.039

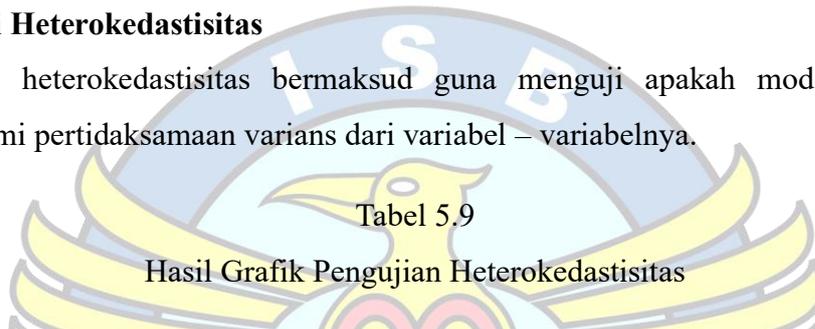
a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Sumber: data diolah peneliti, 2024

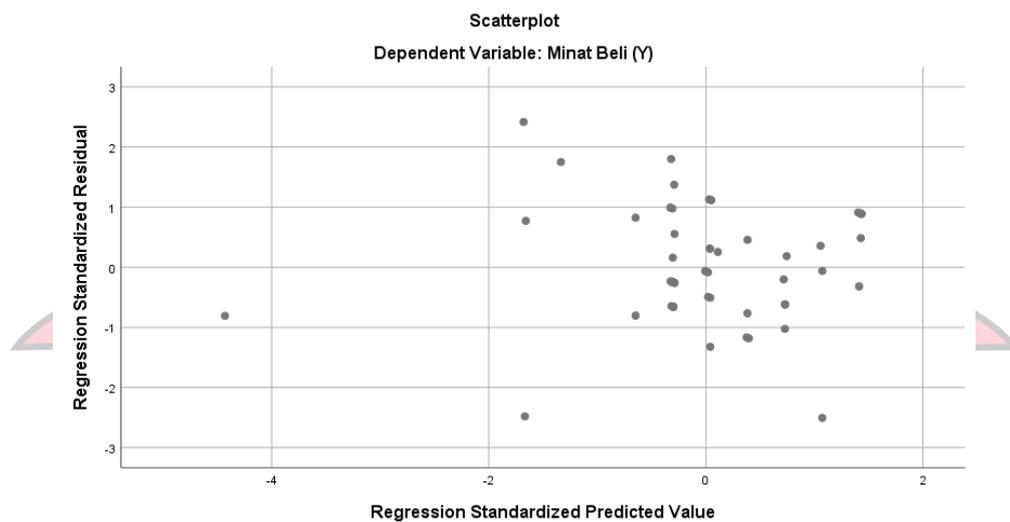
Berdasarkan hasil analisis tabel diatas, diperoleh nilai *tolerance* X1 (0.969), X2 (0.977), dan X3 (0.962) > 0.100, sedangkan nilai VIF X1 (1.032), X2 (1.023), dan X3 (1.039) < 10.00, maka bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

5.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bermaksud guna menguji apakah model regresi mengalami pertidaksamaan varians dari variabel – variabelnya.



Tabel 5.9
Hasil Grafik Pengujian Heterokedastisitas



Sumber: data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil analisis Grafik diatas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas, seperti titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 5.10
 Hasil Tabel Pengujian Heterokedastisitas

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.685	2.725		.985	.329
	Ongkos Kirim (X1)	.053	.070	.107	.756	.453
	Kualitas Layanan (X2)	.012	.072	.023	.161	.873
	Diskon (X3)	-.104	.071	-.208	-1.459	.151

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas diperoleh nilai sig X1 (0.453), X2 (0.873), dan X3 (0.151) > 0.05 maka disimpulkan tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

5.3 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda yaitu penyelidikan dimana bermaksud untuk membuktikan ada ataupun tidak pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut adalah bentuk pemodelan yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + e$$

Keterangan:

Y = Minat Beli Penggunaan Aplikasi TikTok

X₁ = Ongkos Kirim

X₂ = Kualitas Layanan

X₃ = Diskon

a = Konstanta, bila X₁ X₂ X₃ = 0, maka Y = 0

b = Koefisien korelasi masing – masing variabel X

e = *Error term*

Tabel 5.11
 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.507	3.687		1.222	.228
X1	.163	.225	.075	.725	.472
X2	.521	.148	.449	3.518	.001
X3	.297	.090	.402	3.299	.002

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah peneliti, 2024

$$Y = 4.507 + 0.163X_1 + 0.521X_2 + 0.297X_3$$

Menginterpretasikan dari tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 4.507, hal ini menunjukkan bahwa apabila ongkos kirim (X^1), kualitas layanan (X^2), dan diskon (X^3) bernilai sebesar 0, maka nilai minat beli (Y) pada mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok di ISB Atma Luhur akan tetap sebesar 4.507, dengan asumsi variabel lain tetap.
2. Berdasarkan variabel Ongkos Kirim (X^1) hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel ongkos kirim memiliki koefisien regresi positif dengan nilai $b = 0.163$, artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel Ongkos Kirim (X^1) sebesar 1point maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel Minat Beli (Y) sebesar 0.163.
3. Berdasarkan variabel Kualitas Layanan (X^2) hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki koefisien regresi positif dengan nilai $b = 0.521$, artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel Kualitas Layanan (X^2) sebesar 1point maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel Minat Beli (Y) sebesar 0.521.
4. Berdasarkan variabel Diskon (X^3) hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel diskon memiliki koefisien regresi positif dengan nilai $b = 0.297$,

artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel Diskon (X^3) sebesar 1point maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel Minat Beli (Y) sebesar 0.297.

5.4 Pengujian Kelayakan Model (Hipotesis)

5.4.1 Uji T (parsial)

Uji t (*test*) digunakan untuk dapat mengetahui pengaruh masing – masing variabel berdasarkan parsial berdampak signifikan pada variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan.

1. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai sig $< 0,05$ dimana H_0 ditolak sedangkan H_a diterima. Hal tersebut menjelaskan adanya keterkaitan secara signifikan dari variabel terikat.
2. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai sig $> 0,05$ dimana H_0 diterima sedangkan H_a ditolak. Hal tersebut menjelaskan tidak terdapat keterkaitan secara signifikan dari variabel tersebut.

Tabel 5.12

Hasil Pengujian T (secara parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	4.507	3.687		1.222	.228
X1	.163	.225	.075	.725	.472
X2	.521	.148	.449	3.518	.001
X3	.297	.090	.402	3.299	.002

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah peneliti, 2024

1. Berdasarkan hasil analisis tabel diatas, diperoleh nilai t hitung (0.725) > t tabel (2,011) dan sig (0.472) > 0.05, maka disimpulkan ongkos kirim berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli pada mahasiswa

menggunakan aplikasi TikTok di ISB Atma Luhur, H1 ditolak dan H0 diterima.

2. Berdasarkan hasil analisis tabel diatas, diperoleh nilai t hitung (3.518) > t tabel (2,011) dan sig (0.001) < 0.05, maka disimpulkan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok di ISB Atma Luhur, H2 diterima dan H0 ditolak.
3. Berdasarkan hasil analisis tabel diatas, diperoleh nilai t hitung (3.299) > t tabel (2,011) dan sig (0.002) < 0.05, maka disimpulkan diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok di ISB Atma Luhur, H3 diterima dan H0 ditolak.

5.4.2 Uji F (simultan)

Uji f menunjukkan apakah dari variabel independen secara bersama – sama dapat berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

1. Jika sig < 0,05 atau f hitung > tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y
2. Jika sig > 0,05 atau f hitung < tabel maka tidak terdapat serta tidak berpengaruh pada variabel X secara simultan terhadap variabel Y

Tabel 5.13

Hasil Pengujian F (secara simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	277.789	3	92.596	44.057	.000^b
	Residual	100.884	48	2.102		
	Total	378.673	51			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas, didapatkan nilai f hitung (44.057) f tabel > (4,043) dan sig (0.000) < 0.05, maka bisa disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel ongkos kirim (X^1), kualitas layanan (X^2), dan diskon (X^3) berpengaruh secara positif dan signifikan, secara simultan atau bersama – sama terhadap minat beli (Y) sehingga H_4 diterima dan H_0 ditolak. Jadi, H_4 ongkos kirim, kualitas layanan, dan diskon berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli terbukti dan diterima.

5.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variabel dependen.

1. Apabila hasil R mendekati 0 menunjukkan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan semakin lemah, maka model dikatakan kurang layak.
2. Apabila hasil R mendekati 1 menunjukkan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan semakin kuat, maka model dikatakan kuat.

Tabel 5.14
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 ^a	.734	.717	1.450

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

S

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil analisis diatas, menunjukkan hasil korelasi (R) diperoleh persentase keragaman variabel Minat Beli (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel Ongkos kirim (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Diskon (X3) yaitu sebesar 0.734. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan simultan yang semakin sangat kuat antara ongkos kirim, kualitas layanan dan diskon terhadap minat beli. Nilai R Square (R^2) adalah sebesar 0.734, yang berarti bahwa variabilitas variabel minat beli yang dapat dijelaskan oleh variabel ongkos kirim, kualitas layanan dan diskon adalah 73,4%. Sedangkan 26,6% sisanya dijelaskan faktor variabel lain diluar model regresi yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.5 Pembahasan

5.5.1 Pengaruh Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli

Berdasarkan hipotesis pertama (H_1) dapat diperoleh hasil bahwa variabel ongkos kirim (X^1) ini memiliki pengaruh terhadap minat beli pada mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok di ISB Atma Luhur. Pengaruh yang diberikan adalah positif tidak signifikan. Berdasarkan pada tabel uji t (parsial) diperoleh hasil yang tidak signifikan yakni sebesar 0.472 atau dapat dikatakan lebih besar dari 0.05 ($0.472 > 0.05$), artinya variabel ongkos kirim (X^1) berpengaruh terhadap variabel minat beli dengan pengaruh yang diberikan adalah positif. Pengaruh ongkos kirim terhadap minat beli ialah topik penting dalam *e-commerce* dan perdagangan secara umum. Ongkos kirim dapat memainkan peran signifikan dalam keputusan pembelian konsumen, ada beberapa point penting terkait pengaruh ongkos kirim terhadap minat beli seperti, biaya tambahan yang tak terduga, perbandingan dan psikologi harga, pengaruh terhadap produk dengan harga rendah, promosi ongkos kirim, persepsi nilai dan kepercayaan, kecepatan dan keandalan pengiriman, serta pengaruh globalisasi dan pasar internasional. Penelitian ini turut didukung oleh peneliti sebelumnya (Sapa et al., 2023), dimana memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh *free shipping* terhadap *impulse buying* namun signifikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh ongkos kirim yang diterapkan kepada minat beli tidak signifikan dan positif terhadap minat beli pada mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok di ISB Atma Luhur.

5.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli

Berdasarkan hipotesis kedua (H_2) dapat diperoleh hasil bahwa variabel kualitas layanan (X^2) ini memiliki pengaruh terhadap minat beli pada mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok di ISB Atma Luhur. Pengaruh yang diberikan adalah positif dan signifikan. Berdasarkan pada tabel uji t (parsial) diperoleh hasil yang cukup signifikan yakni sebesar 0.001 atau dapat dikatakan lebih kecil dari 0.05 ($0.001 < 0.05$), artinya variabel kualitas layanan (X^2) berpengaruh terhadap variabel minat beli dengan pengaruh yang diberikan adalah positif. Kualitas layanan mengacu pada seberapa baik layanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas layanan memiliki peran yang krusial dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Dengan menyediakan layanan yang unggul, perusahaan tidak hanya dapat menarik pelanggan baru tetapi juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada, yang pada gilirannya akan meningkatkan profitabilitas jangka panjang. Penelitian ini turut didukung oleh peneliti sebelumnya (Hendri et al., 2021), dimana memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y namun tidak signifikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan yang dijabarkan kepada minat beli sangat signifikan dan positif terhadap minat beli pada mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok di ISB Atma Luhur.

5.5.3 Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli

Berdasarkan hipotesis ketiga (H_3) dapat diperoleh hasil bahwa variabel diskon (X^3) ini memiliki pengaruh terhadap minat beli pada mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok di ISB Atma Luhur. Pengaruh yang diberikan adalah positif dan signifikan. Berdasarkan pada tabel uji t (parsial) diperoleh hasil yang cukup signifikan yakni sebesar 0.002 atau dapat dikatakan lebih kecil dari 0.05 ($0.002 < 0.05$), artinya variabel diskon (X^3) berpengaruh terhadap variabel minat beli dengan pengaruh yang diberikan adalah positif. Pengaruh diskon terhadap minat beli ialah topik yang menarik untuk dibahas karena diskon sering digunakan sebagai strategi pemasaran untuk menarik konsumen. Diskon dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam beberapa cara seperti, persepsi nilai yang lebih tinggi,

peningkatan urgensi, mengurangi hambatan psikologis, menciptakan ketergantungan pada diskon, dan meningkatkan loyalitas pelanggan, serta meningkatkan volume penjualan. Secara keseluruhan, diskon sebuah alat yang efektif untuk meningkatkan minat beli jika digunakan dengan bijak dan dalam konteks strategi pemasaran yang lebih luas. Penelitian ini turut didukung oleh peneliti sebelumnya (Pasuhuk et al., 2022) dan (Sapa et al., 2023), yang dimana memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh diskon harga dan *price discount* terhadap keputusan pembelian konsumen dan *impulse buying* berpengaruh positif dan signifikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh diskon yang dianalisis kepada minat beli sangat signifikan dan positif terhadap minat beli pada mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok di ISB Atma Luhur.

5.5.4 Pengaruh Ongkos Kirim, Kualitas Layanan, dan Diskon Terhadap

Minat Beli

Berdasarkan hipotesis terakhir (H₄) dapat diperoleh hasil bahwa variabel ongkos kirim (X¹), kualitas layanan (X²), dan diskon (X³) ini memiliki pengaruh terhadap minat beli pada mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok di ISB Atma Luhur. Pengaruh yang diberikan yaitu berpositif dan sangat signifikan. Berdasarkan pada tabel uji f (simultan) diperoleh hasil yang sangat cukup signifikan serta positif yakni didapatkan nilai f hitung (9.633) f tabel > (4,043) dan sig (0.000) < 0.05, artinya variabel ongkos kirim (X¹), kualitas layanan (X²), dan diskon (X³) sangat berpengaruh terhadap variabel minat beli dengan pengaruh yang diberikan adalah positif dan signifikan, secara simultan atau bersama – sama terhadap terhadap minat beli (Y) Penelitian ini turut didukung oleh peneliti sebelumnya (Hendri et al., 2021), (Pasuhuk et al., 2022) dan (Sapa et al., 2023), yang dimana memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh variabel X terhadap Y berpengaruh positif dan signifikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh ongkos kirim, kualitas layanan, dan diskon yang dianalisis kepada minat beli sangat signifikan dan berpengaruh positif terhadap minat beli pada mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok di ISB Atma Luhur.