

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain :

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Gambaran umum mengenai konsumen berbelanja online di JD.Id. Berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	42	42%
Perempuan	58	58%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa yang paling banyak konsumen berbelanja online di JD.Id adalah jenis kelamin perempuan sebanyak 58 orang atau sebesar 58%.

2. Usia Responden

Gambaran umum mengenai konsumen berbelanja online di JD.Id berdasarkan Usia adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17 – 23 Tahun	32	32%
24 – 30 Tahun	47	47%
31 – 37 Tahun	17	17%
> 38 Tahun	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa yang paling banyak konsumen berbelanja online di JD.Id adalah responden dengan usia 24 – 30 Tahun sebanyak 47 orang atau sebesar 47%.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Tabel 4.3

Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

No	Daftar Pertanyaan	Jawaban						SS
		STS	1	2	3	4	5	
			%	%	%	%	%	
1	Pengoperasian JD.id mudah dipahami	STS	1%	1%	43%	44%	11%	SS
2	Pengoperasian JD.id mudah dan tidak membutuhkan banyak usaha	STS	0%	2%	23%	53%	22%	SS
3	Fitur dalam JD.id mudah untuk dijalankan.	STS	0%	3%	19%	45%	33%	SS
4	Melalui JD.id dapat meningkatkan pemahaman tentang berbelanja online	STS	1%	6%	33%	40%	20%	SS

5	Tampilan JD.ID sangat simple	STS	3%	4%	32%	43%	18%	SS
6	JD.ID dapat digunakan di manapun/kapanpun	STS	0%	2%	33%	43%	22%	SS
7	Pengoperasian JD.id mudah dipelajari	STS	4%	10%	34%	41%	11%	SS
8	Dengan JD.id memungkinkan lebih cepat dalam bertransaksi berbelanja online	STS	2%	6%	37%	40%	15%	SS

Sumber : Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.3 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 3 Fitur dalam JD.id mudah untuk dijalankan dengan jumlah responden sebanyak 33 responden atau 33% dan yang terkecil pada pernyataan 1 dan 7 Pengoperasian JD.id mudah dipahami dan Pengoperasian JD.id mudah dipelajari dengan jumlah 11 responden atau 11%.

Jawaban setuju pada tabel di atas yang terbesar terdapat pada pernyataan 2 yaitu Pengoperasian JD.id mudah dan tidak membutuhkan banyak usaha dengan jumlah 53 responden atau 53% dan yang terkecil pada pernyataan 4 dan 8 yaitu Melalui JD.id dapat meningkatkan pemahaman tentang berbelanja online dan Dengan JD.id memungkinkan lebih cepat dalam bertransaksi berbelanja online dengan jumlah 40 responden atau 40%.

Jawaban cukup setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu Pengoperasian JD.id mudah dipahami dengan jumlah 43 responden atau 43% dan yang terkecil pernyataan 3 Fitur

dalam JD.id mudah untuk dijalankan dengan jumlah 19 responden atau 19%.

Jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 7 yaitu Pengoperasian JD.id mudah dipelajari dengan jumlah 10 responden atau 10% dan yang terkecil pada pernyataan 1 Pengoperasian JD.id mudah dipahami dengan jumlah 1 responden atau 1%.

Jawaban sangat tidak setuju dari tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 7 Pengoperasian JD.id mudah dipelajari dengan jumlah 4 responden atau 4% dan yang terkecil pada pernyataan 2, 3, dan 6 yaitu dengan jumlah 0 responden atau 0%.

Tabel 4.4
Hasil Jawaban Responden Kepercayaan (X2)

No	Daftar Pertanyaan	STS	Jawaban					SS
			1 %	2 %	3 %	4 %	5 %	
1	JD.ID memiliki kemampuan untuk menyediakan barang yang berkualitas bagi konsumen.	STS	0%	6%	44%	39%	11%	SS
2	JD.ID mampu mengirim barang tepat pada waktunya.	STS	3%	12%	29%	40%	16%	SS
3	JD.ID memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen.	STS	1%	8%	30%	43%	18%	SS
4	JD.ID memiliki kemauan untuk memberikan	STS	1%	5%	31%	42%	21%	SS

	keuntungan bagi konsumen							
5	JD.ID akan memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen	STS	0%	7%	31%	52%	10%	SS
6	JD.ID memberikan kepercayaan dalam bertransaksi.	STS	0%	10%	40%	40%	10%	SS

Sumber : Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 4 yaitu JD.ID memiliki kemauan untuk memberikan keuntungan bagi konsumen dengan jumlah responden sebanyak 21 responden atau 21% dan yang terkecil pada pernyataan 5 dan 6 yaitu JD.ID akan memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen dan JD.ID memberikan kepercayaan dalam bertransaksi dengan jumlah 10 responden atau 10%.

Jawaban setuju pada tabel di atas yang terbesar terdapat pada pernyataan 5 yaitu JD.ID akan memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen dengan jumlah 52 responden atau 52% dan yang terkecil pada pernyataan 1 yaitu JD.ID memiliki kemampuan untuk menyediakan barang yang berkualitas bagi konsumen dengan jumlah 39 responden atau 39%.

Jawaban cukup setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu Mobil JD.ID memiliki kemampuan untuk menyediakan barang yang berkualitas bagi konsumen dengan jumlah 44 responden atau 44% dan yang terkecil pernyataan 2 JD.ID mampu mengirim barang tepat pada waktunya dengan jumlah 29 responden atau 29%.

Jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 2 JD.ID mampu mengirim barang tepat pada waktunya dengan jumlah 12 responden atau 12% dan yang terkecil pada pernyataan 4 yaitu JD.ID memiliki kemauan untuk memberikan keuntungan bagi konsumen dengan jumlah 5 responden atau 5%.

Jawaban sangat tidak setuju dari tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 2 JD.ID mampu mengirim barang tepat pada waktunya dengan jumlah 3 responden atau 3% dan yang terkecil pada pernyataan 1, 5 dan 6 dengan jumlah 0 responden atau 0%. (Lampiran 4).

Tabel 4.5

Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Daftar Pertanyaan	Jawaban					SS	
		STS	1	2	3	4		5
			%	%	%	%	%	
1	Produk yang disediakan oleh JD.ID sesuai dengan kebutuhan.	STS	1%	10%	35%	38%	16%	SS
2	Membeli produk pada JD.ID merupakan keputusan yang tepat.	STS	0%	7%	33%	43%	17%	SS
3	Harga yang ditawarkan di JD.ID sangat menarik	STS	2%	4%	23%	53%	18%	SS
4	Produk yang dijual di JD.ID lengkap	STS	1%	1%	28%	42%	28%	SS
5	Berbelanja di JD.ID meminimalkan resiko berbelanja	STS	0%	6%	35%	39%	20%	SS

	online							
6	Merasa puas setelah berbelanja di JD.ID	STS	3%	16%	31%	37%	13%	SS

Sumber : Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 4 yaitu Produk yang dijual di JD.ID lengkap sebanyak 28 responden atau 28% dan yang terkecil pada pernyataan 6 Merasa puas setelah berbelanja di JD.ID yaitu dengan jumlah 13 responden atau 13%.

Jawaban setuju pada tabel di atas yang terbesar terdapat pada pernyataan 6 yaitu Harga yang ditawarkan di JD.ID sangat menarik jumlah 53 responden atau 53% dan yang terkecil pada pernyataan 6 yaitu Merasa puas setelah berbelanja di JD.ID dengan jumlah 37 responden atau 37%.

Jawaban cukup setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 dan 5 yaitu Produk yang disediakan oleh JD.ID sesuai dengan kebutuhan dan Berbelanja di JD.ID meminimalkan resiko berbelanja online dengan jumlah 35 responden atau 35% dan yang terkecil pada pernyataan 3 yaitu Harga yang ditawarkan di JD.ID sangat menarik dengan jumlah 23 responden atau 23%.

Jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 6 yaitu Merasa puas setelah berbelanja di JD.ID dengan jumlah 16 responden atau 16% dan yang terkecil pada pernyataan 1 Produk yang dijual di JD.ID lengkap dengan jumlah 1 responden atau 1%.

Jawaban sangat tidak setuju dari tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 6 yaitu Merasa puas setelah berbelana di JD.ID dengan jumlah 3 responden atau 3% dan yang terkecil pada pernyataan 2 dan 5 dengan jumlah 0 responden atau 0%. (Lampiran 4).

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang diujicobakan kepada responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi product moment. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan (X1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{table}	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,503	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 2	0,645	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 3	0,492	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 4	0,426	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 5	0,685	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 6	0,657	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 7	0,541	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 8	0,507	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Kemudahan (X1). Hasil yang

didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{table}$. Dengan demikian seluruh item Kemudahan (X1) dinyatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{table}	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,689	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 2	0,689	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 3	0,582	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 4	0,650	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 5	0,535	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 6	0,564	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Kepercayaan (X2). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{table}$. Dengan demikian seluruh item Kepercayaan (X2) dinyatakan valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{table}	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,630	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 2	0,654	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 3	0,487	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 4	0,523	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 5	0,688	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 6	0,531	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Keputusan Pembelian (Y). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{table}$. Dengan demikian seluruh item Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka pengujian kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel X, variabel Y dan instrumen variabel Z menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan program SPSS 20. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.9

Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono, 2012

Berdasarkan tabel 4.9 di atas mengenai ketentuan reliable, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Koefisien r	Simpulan
Persepsi Kemudahan (X1)	0,686	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Kepercayaan (X2)	0,680	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Keputusan Pembelian (Y)	0,644	0,6000 – 0,7999	Tinggi

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.10 diatas nilai cronbach's alpha sebesar 0,686 untuk variabel Kemudahan (X1) dengan tingkat reliabel tinggi 0,680 untuk variabel Kepercayaan (X2) dengan tingkat reliabel sedang dan 0,644 untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan tingkat reliabel tinggi.

4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan dengan Uji Non Parametik One-Sampel Kolmogorov – Smirnov Test pada SPSS 2.0. Hasil perhitungan uji normalitas sebagai berikut :

Tabel 4.11

Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Persepsi Kemudahan (X1)	0,341	0,05	Sig > Alpha	Normal
Kepercayaan (X2)	0,276	0,05	Sig > Alpha	Normal
Keputusan Pembelian (Y)	0,294	0,05	Sig > Alpha	Normal

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov diatas, menunjukkan bahwa Kemudahan (X1) dengan tingkat signifikan diperoleh $0,341 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk Kepercayaan (X2) dengan tingkat signifikan diperoleh data $0,276 > 0,05$ maka data berasal dari populasi

berdistribusi normal. Nilai untuk Keputusan Pembelian (Y) dengan tingkat signifikan diperoleh data $0,294 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal.

4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antara sesama variabel independen.

Hasil uji tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF		Kondisi	Simpulan
Persepsi Kemudahan (X1)	1,053	10	VIF<10	Tidak ada gejala mutikolinieritas
Kepercayaan (X2)	1,053	10	VIF<10	Tidak ada gejala mutikolinieritas

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.12, hasil perhitungan pada table coefficient menunjukkan nilai VIF variabel Kemudahan (X1) sebesar 1,053 dan Kepercayaan (X2) sebesar 1,053. Dari semua variabel menunjukkan nilai VIF setiap variabel < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas tinggi antar variabel independen X terhadap variabel dependen. (Lampiran 8).

4.3.3 Hasil Uji Linieritas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linear dan uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi ataupun regresi linear. Hasil uji linearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.13
Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan pembelian	0,761	0,05	Sig > alpha	Linear
Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	0,145	0,05	Sig > alpha	Linear

Sumber : Data Diolah, 2018

1. Kemudahan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.13 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linierity* $0,761 >$ dari $0,05$ maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

2. Kepercayaan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.13 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linierity* $0,145 >$ dari $0,05$ maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

4.4 Hasil Analisis Data

4.4.1 Regresi Linear Berganda

Tabel 4.14

Hasil Regresi Linear Berganda

Variable	Standardize d coefficients (Beta)	thitung	Sig
Persepsi Kemudahan	0,456	5,197	0,000
Kepercayaan	0,205	2,342	0,021

f hitung	19,971
Sig F	0,000
R (Korealasi)	0,540
R Square (Determinasi)	0,292

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi r squares sebesar 0,522 artinya Kemudahan dan Kepercayaan (X) dapat menjelaskan variable keputusan Pembelian (Y) sebesar 29,2% dan sisanya 70,8% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai r menunjukan arah hubungan antara Promosi, Kemudahan (X) dan minat beli (Y) adalah positif artinya Tingkat hubungan adalah sedang karena 0,540 berada pada rentan 0,4000 – 0,5999.

Berdasarkan tabel 4.14 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 20. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,456X_1 + 0,205X_2$$

Berdasarkan hasil regresi tersebut dapat di tarik kesimpulan bahwa, variabel Persepsi Kemudahan (X1) memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian (Y) di dibandingkan dengan variabel Kepercayaan (X2). Hal ini dapat di buktikan melalui koefesien dari variabel persepsi kemudahaan yaitu sebesar 0,456 lebih besar dibandingkan koefesien variabel kepercayaan yaitu sebesar 0,205 Atau dapat dikatakan bahwa variabel Persepsi Kemudahan (X1) memiliki pengaruh 2 kali lebih besar dibandingkan variabel Kepercayaan (X2). Kedua variabel tersebut memiliki hubungan positif dengan keputusan pembelian, dalam hal ini berarti apabila koefesien variabel Persepsi

Kemudahan (X1) dan Kepercayaan (X2) mengalami peningkatan maka akan meningkat pula keputusan pembelian pada Situs JD.ID.

4.4.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t parsial digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) adalah sebagai berikut :

Tabel 4.15
Hasil Uji Parsial (Uji t)

variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Kondisi	keterangan
Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian	5,197	1.984	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Berpengaruh
Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	2,342	1.984	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Berpengaruh

Sumber : Data Diolah, 2018

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.16 didapat perhitungan pada Kemudahan (X1) diperoleh nilai t_{hitung} (5,197) > t_{tabel} (1.984) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Kemudahan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Pengaruh Kepercayaan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.16 didapat perhitungan pada Citra Merek (X2) nilai sig t_{hitung} (2,342) > t_{tabel} (1.984) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan Kepercayaan (X2) secara parsial Keputusan Pembelian (Y)

4.4.3 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f)

Uji f digunakan untuk menguji apakah variabel independen (bebas) memberikan pengaruh terhadap variabel dependen (Terikat). dalam pengujian ini untuk mengetahui pengaruh secara bersama- sama antara variabel independen dan variabel dependen

Tabel 4.16

Hasil Uji Simultan (Uji f)

variabel	F _{hitung}	F _{tabel}	Kondisi	keterangan
Persepsi Kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian	19,971	2,70	F _{hitung} > F _{tabe}	Berpengaruh

Sumber : Data Diolah, 2018

1. Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan (X) terhadap keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.17 didapat perhitungan Kemudahan dan Kepercayaan (X) diperoleh nilai F_{hitung} (19,971) > dengan (n-k = 100-3 = 97) dan diperoleh F_{tabe} (2,70) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Kemudahan dan Kepercayaan (X) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

4.5 Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang di lakukan di dapat bahwa variabel Persepsi kemudahan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di situs JD.ID. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak melakukan pembeli di JD.ID di bandingkan Laki – laki , hal ini bisa saja terjadi karena perempuan lebih mengedepankan berbelanja online. Umur responden 24-30 tahun merupakan jumlah responden terbanyak atau paling dominan melakukan pembelian di JD.Id, hal ini bisa saja terjadi karena pada

usia tersebut responden dapat dikatakan sudah memiliki penghasilan sendiri dan ingin membeli produk secara online.

Dari hasil pengujian hipotesis I variabel persepsi kemudahan memperoleh hasil tingkat signifikansi sebesar 5,197 lebih besar dari 1.984 yang berarti bahwa variabel Persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di JD.ID. Hal ini menunjukkan bagaimana Persepsi kemudahan memiliki peran dalam mempengaruhi keputusan pembelian oleh karena itu Situ JD.ID sebaiknya meningkatkan desain menu tampilan web maupun aplikasinya agar dapat mempermudah konsumen untuk memilih dan melakukan keputusan pembelian produk di JD.ID. Berdasarkan indikator Sistem dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna, responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan Fitur dalam JD.id mudah untuk dijalankan dengan jumlah responden sebanyak 33 responden atau 33%

Dari hasil pengujian hipotesis II variabel kepercayaan memperoleh hasil signifikansi sebesar 2,342 lebih besar dari 1.984 sehingga dapat disimpulkan bahwa bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di JD.ID. Hal ini menunjukkan semakin baik kepercayaan konsumen maka akan semakin tinggi keputusan pembelian. Oleh karena itu sebaiknya situs JD.ID menjual produk original sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan konsumen akan situs JD.ID untuk melakukan keputusan pembelian Berdasarkan indikator kebijaksanaan , responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan, JD.ID memiliki kemauan untuk memberikan keuntungan bagi konsumen dengan jumlah responden sebanyak 21 responden atau 21%

Hasil Pengujian hipotesis III terbukti bahwa bahwa variabel Persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di JD.ID Hal ini dapat di lihat dari nilai F_{hitung} pada variabel Persepsi Kemudahan (X1) Dan

variabel Kepercayaan (X2) sebesar 19,971 lebih besar dari F_{table} yaitu 2,70 dan hasil uji determinasi dapat dijelaskan jelaskan keputusan pembelian di JD.ID sebesar 29,2% oleh variabel promosi dan citra merek. Hal ini menjelaskan bahwa Persepsi Kemudahan (X1) Dan variabel Kepercayaan (X2) secara bersama-sama dapat mempengaruhi keputusan pembelian di JD.ID.

Dengan catatan bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang lebih besar di bandingkan variabel kepercayaan. Hal ini dikarenakan JD.id telah melakukan berbagai pembaruan di aplikasi agar dapat mempermudah konsumen seperti menghadirkan fitur isi ulang pulsa seluler dan pembelian paket data di platformnya. Mereka pun telah bekerja sama dengan CGV untuk menghadirkan layanan pembelian tiket bioskop dan yang terbaru layanan yang bernama JD-Flight yang memungkinkan para penggunanya untuk membeli tiket pesawat. Tak hanya menjual produk fisik, JD.id pun telah menghadirkan produk digital seperti tiket pesawat, tiket bioskop dan pulsa seluler.