

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, yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan dan uji deskripsi jawaban responden:

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	30	30%
Perempuan	70	70%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa konsumen Shopee Food, paling banyak berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 70 responden atau sebesar 70%, artinya sebagian besar konsumen konsumen Shopee Food dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
15 Tahun - 24 Tahun	30	30%
25 Tahun - 34 Tahun	36	36%
35 Tahun - 44 Tahun	20	20%
45 Tahun - 54 Tahun	14	14%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 responden berdasarkan usia dapat dilihat bahwa konsumen Shopee Food, paling banyak berusia 25 Tahun-34 Tahun yang berjumlah 36 responden atau sebesar 36%, artinya sebagian besar konsumen Shopee Food dalam penelitian ini berusia 25 Tahun-34 Tahun

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	26	26%
Pegawai Negeri	5	5%
Pegawai Swasta	36	36%
Pelajar	14	14%
Wiraswasta	19	19%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat bahwa konsumen Shopee Food, paling banyak memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta yang berjumlah 36 responden atau sebesar 36%, artinya sebagian besar konsumen Shopee Food dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta.

Tabel 4.4
Hasil Jawaban Responden *Perceived Enjoyment*

No	Pernyataan	Jawaban										Total
		STS		TS		CS		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Merasa nyaman melakukan pemesanan makanan di Shopee Food	1	1 %	5	5 %	25	25 %	36	36 %	33	33 %	395
2	Merasa nyaman bertransaksi di Shopee Food	0	0 %	7	7 %	14	14 %	48	48 %	31	31 %	403
3	Shopee Food memiliki tampilan menu yang menarik	0	0 %	7	7 %	27	27 %	38	38 %	28	28 %	387
4	Shopee Food dilengkapi dengan informasi pemesanan yang jelas	0	0 %	1	1 %	9	9 %	47	47 %	43	43 %	432
5	Merasa senang dengan proses pemesanan melalui Shopee Food	2	2 %	6	6 %	35	35 %	34	34 %	23	23 %	370
6	Menyenangkan	2	2 %	5	5 %	33	33 %	35	35 %	25	25 %	376

	menggunakan Shopee Food											
--	-------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 jawaban responden diatas pernyataan yang memiliki skor total terbesar terdapat pada pernyataan 4, yaitu Shopee Food dilengkapi dengan informasi pemesanan yang jelas, sebesar 432, sedangkan pernyataan yang memiliki skor total terkecil terdapat pada pernyataan 5, yaitu Merasa senang dengan proses pemesanan melalui Shopee Food, sebesar 370.

Tabel 4.5
Hasil Jawaban Responden Diskon

No	Pernyataan	Jawaban										Total
		STS		TS		CS		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Besarnya diskon yang diberikan oleh Shopee Food menarik perhatian	3	3 %	23	23 %	40	40 %	23	23 %	11	11 %	316
2	Besarnya diskon tergantung jumlah yang dipesan di Shopee Food	0	0 %	5	5 %	30	30 %	40	40 %	25	25 %	385
3	Shopee Food memberikan potongan harga setiap hari-hari spesial	2	2 %	8	8 %	29	29 %	35	35 %	26	26 %	375
4	Shopee Food memberikan potongan harga dalam jangka waktu yang lama	0	0 %	7	7 %	23	23 %	41	41 %	29	29 %	392
5	Shopee Food memberikan potongan harga pada produk makanan/minuman tertentu	4	4 %	15	15 %	30	30 %	41	41 %	10	10 %	338
6	Banyak jenis makanan/minuman yang diberikan potongan harga di Shopee Food	0	0 %	8	8 %	26	26 %	34	34 %	32	32 %	390

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 jawaban responden diatas pernyataan yang memiliki skor total terbesar terdapat pada pernyataan 4, yaitu Shopee Food memberikan potongan harga dalam jangka waktu yang lama, sebesar 392, sedangkan pernyataan yang memiliki skor total terkecil terdapat pada pernyataan 4, yaitu besarnya diskon yang diberikan oleh Shopee Food menarik perhatian, sebesar 316.

Tabel 4.6
Hasil Jawaban Responden Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Jawaban										Total
		STS		TS		CS		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Layanan Shopee Food sesuai dengan harapan	2	2 %	6	6 %	30	30 %	32	32 %	30	30 %	382
2	Merasa puas menggunakan Shopee Food	0	0 %	1	1 %	30	30 %	45	45 %	24	24 %	392
3	Berminat menggunakan Shopee Food di masa yang akan datang	0	0 %	0	0 %	19	19 %	48	48 %	33	33 %	414
4	Secara konsisten menggunakan Shopee Food	2	2 %	6	6 %	30	30 %	32	32 %	30	30 %	382
5	Bersedia merekomendasikan Shopee Food kepada pengguna lainnya	0	0 %	2	2 %	30	30 %	46	46 %	22	22 %	388
6	Bersedia mengajak pengguna lain untuk menggunakan Shopee Food	0	0 %	1	1 %	19	19 %	50	50 %	30	30 %	409

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 jawaban responden diatas pernyataan yang memiliki skor total terbesar terdapat pada pernyataan 3, yaitu Berminat menggunakan Shopee Food di masa yang akan datang, sebesar 392, sedangkan pernyataan yang memiliki skor total terkecil terdapat pada pernyataan 1 dan 4, yaitu Layanan Shopee Food sesuai dengan harapan dan Secara konsisten menggunakan Shopee Food, sebesar 382.

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 30 responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*. Uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 21.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Perceived Enjoyment	Butir 1	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 2	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 4	0,002	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 5	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 6	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Diskon	Butir 1	0,003	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 2	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 4	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 5	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 6	0,002	0,05	Sig<alpha	Valid
Kepuasan Konsumen	Butir 1	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 2	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 4	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 5	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 6	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas variabel, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan variabel *perceived enjoyment*, diskon dan kepuasan konsumen memperoleh hasil yang didapatkan adalah nilai Sig < alpha. Dengan demikian seluruh item pernyataan variabel *perceived enjoyment*, diskon dan kepuasan konsumen dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka pengujian kemudian melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrumen variabel menggunakan rumus *alpha cronbach* dengan bantuan program SPSS versi 21. Hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Koefisien r	Simpulan
<i>Perceived Enjoyment</i>	0,755	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Diskon	0,719	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Kepuasan Konsumen	0,941	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.8 diatas nilai *cronbach's alpha*, menjelaskan bahwa *perceived enjoyment* dan diskon memiliki kategori reliabel tinggi, karena berada pada rentang 0,6000 – 0,79999, sedangkan variabel kepuasan konsumen, memiliki kategori reliabel sangat tinggi, karena berada pada rentan 0,8000 – 1,0000.

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 Parametrik *one-sample kolmogorov – smirnov test* pada SPSS Versi 21. Hasil perhitungan uji normalitas sebagai berikut,

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
<i>Perceived Enjoyment</i>	0,133	0,05	Sig > Alpha	Normal
Diskon	0,456	0,05	Sig > Alpha	Normal
Kepuasan Konsumen	0,168	0,05	Sig > Alpha	Normal

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 *one-sample kolmogorov test-smirnov* diatas, menunjukkan bahwa nilai variabel *perceived enjoyment*, diskon dan kepuasan konsumen memiliki tingkat signifikan diperoleh data sig > Alpha maka variabel *perceived enjoyment*, diskon dan kepuasan konsumen berasal dari populasi berdistribusi normal.

4.3.2 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, dengan bantuan program SPSS versi 21. Hasil uji linearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut,

Tabel 4.10
Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
<i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	0,745	0,05	Sig > Alpha	Linier
Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen	0,119	0,05	Sig > Alpha	Linier

Sumber : Data Diolah, 2023

1. *Perceived Enjoyment* Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel 4.10 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *deviation from linearity* $0,745 > 0,05$ maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

2. Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel 4.10 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *deviation from linearity* $0,119 > 0,05$ maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

4.3.3 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 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF		Kondisi	Simpulan
<i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	1,092	10	VIF<10	Tidak ada gejala multikolinieritas
Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen	1,092	10	VIF<10	Tidak ada gejala multikolinieritas

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 hasil perhitungan pada tabel *coefficient* menunjukkan bahwa nilai VIF pada variabel *perceived enjoyment* dan diskon terhadap kepuasan konsumen < 10 , maka tidak ada gejala multikolinearitas antar variabel independen terhadap variabel dependen.

4.4 Hasil Analisis Data

4.4.1 Regresi Linear Berganda

Tabel 4.12

Persamaan Regresi Linear Berganda

Variable	B
(Constant)	3,791
<i>Perceived Enjoyment</i>	0,484
Diskon	0,384

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,791 + 0,484X_1 + 0,384X_2$$

1. Nilai konstanta sebesar 3,791 yang berarti bahwa tanpa adanya variabel *perceived enjoyment* dan diskon maka besarnya kepuasan konsumen adalah 3,791 satuan.
2. Koefisien *perceived enjoyment*, artinya jika *perceived enjoyment* naik sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,484 satu satuan.
3. Koefisien diskon, artinya jika diskon naik sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,384 satu satuan.

Tabel 4.13
Hasil Uji Model Summary

Variable	R (Korelasi)	R Square (Determinasi)
<i>Perceived Enjoyment</i> dan Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen	0,593	0,351

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi r square sebesar 0,351 artinya variabel *perceived enjoyment* dan diskon dapat menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 35,1% dan sisanya 64,9% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai r menunjukkan arah hubungan antara variabel *perceived enjoyment* dan diskon terhadap kepuasan konsumen memiliki tingkat hubungan sedang karena nilai r sebesar 0,593 berada pada rentang 0,4000 – 0,5999.

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 4.14
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
<i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	0,000	0,05	Sig < Alpha	Berpengaruh
Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen	0,000	0,05	Sig < Alpha	Berpengaruh

Sumber : Data Diolah, 2023

1. Berdasarkan tabel 4.14 didapat perhitungan pada *perceived enjoyment* terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05), dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee Food.

2. Berdasarkan tabel 4.14 didapat perhitungan pada diskon terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05), dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa diskon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee Food

4.4.3 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f)

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

Tabel 4.15

Hasil Uji Simultan (Uji f)

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
<i>Perceived Enjoyment</i> dan Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen	0,000	0,05	Sig < Alpha	Berpengaruh

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.15 didapat perhitungan pada *perceived enjoyment* dan diskon terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived enjoyment* dan diskon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee Food

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pembahasan *Perceived Enjoyment* Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Food

Berdasarkan analisis regresi berganda, untuk pengujian hipotesis I, didapat perhitungan pada *perceived enjoyment* terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05), dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee Food. Hasil tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Oktarini

dan Wardana (2018) menyatakan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, artinya jika *perceived enjoyment* ditingkatkan, maka kepuasan konsumen akan meningkat. Berdasarkan hasil jawaban responden mengenai pernyataan *perceived enjoyment* yang memiliki skor total terbesar terdapat pada pernyataan 4, yaitu Shopee Food dilengkapi dengan informasi pemesanan yang jelas, sebesar 432, sedangkan pernyataan yang memiliki skor total terkecil terdapat pada pernyataan 5, yaitu Merasa senang dengan proses pemesanan melalui Shopee Food, sebesar 370. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum merasakan senang dalam proses pemesanan melalui Shopee Food. oleh karena itu pihak Shopee Food harus meningkatkan kemudahan memesan makanan/minuman dengan menambah mitra Shopee Food, sehingga konsumen tidak kesulitan dan untuk melakukan proses pemesanan melalui Shopee Food yang akan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen. *Perceived enjoyment* adalah salah satu jenis kebutuhan yang berdasarkan arah dari motivasi yang bersifat subjektif dan experiential, yang berarti bahwa konsumen akan mengandalkan suatu produk atau melakukan kegiatan tertentu untuk menemukan kebutuhan mereka sebagai pemberi kegembiraan, kepercayaan diri, khayalan atau tanggapan emosional dan lainnya. Adanya kenikmatan yang dirasakan dapat menyebabkan para pelanggan akan menyukai bahwa belanja itu menyenangkan sehingga meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja. Damanik, Fauzi, dan Situmorang, (2022) menyatakan bahwa *perceived enjoyment* adalah perasaan yang mencerminkan sejauh mana individu mengalami kesenangan atau kegembiraan saat mereka berinteraksi dengan teknologi informasi.

4.5.2 Pembahasan Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Food

Berdasarkan analisis regresi berganda, untuk pengujian hipotesis II, didapat perhitungan pada diskon terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai $\text{sig } (0,000) < \text{Alpha } (0,05)$, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa diskon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee Food. Hasil tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Sitepu, Sembiring, dan Ginting (2022) menyatakan bahwa diskon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, artinya jika diskon ditingkatkan, maka kepuasan konsumen akan meningkat. Berdasarkan tabel hasil jawaban responden terkait pernyataan diskon yang memiliki skor total terbesar terdapat pada pernyataan 4, yaitu Shopee Food memberikan potongan harga dalam jangka waktu yang lama, sebesar 392, sedangkan pernyataan yang memiliki skor total terkecil terdapat pada pernyataan 4, yaitu besarnya diskon yang diberikan oleh Shopee Food menarik perhatian, sebesar 316. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa besaran diskon yang diberikan belum begitu menarik perhatian konsumen, oleh karena itu pihak Shopee Food harus menciptakan program diskon yang menarik dengan meningkatkan besaran diskon Rp.50.000 bagi pengguna yang sudah melakukan banyak pemesanan makanan/minuman di Shopee Food dengan nominal tertentu, hal tersebut akan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen. Diskon sangat penting untuk diterapkan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan suatu produk. Fungsi diskon tidak hanya sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, tetapi juga sebagai sarana bagi konsumen untuk mau dan memutuskan untuk membeli atau menggunakan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya sendiri, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga konsumen akan memperoleh kepuasan dalam berbelanja. Ermida, Ghalib, dan Wahyuni (2021) menyatakan bahwa diskon merupakan menyatakan bahwa diskon merupakan

pengurangan terhadap harga yang telah ditetapkan karena pembeli memenuhi syarat yang telah ditetapkan.

4.5.3 Pembahasan *Perceived Enjoyment* Dan Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Food

Berdasarkan analisis regresi berganda, untuk pengujian hipotesis III, didapat perhitungan pada *perceived enjoyment* dan diskon terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai $\text{sig} (0,000) < \text{Alpha} (0,05)$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived enjoyment* dan diskon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee Food. Hal ini menunjukkan bahwa jika konsumen memiliki *perceived enjoyment* yang positif dan besaran diskon yang menarik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada Shopee Food. Variabel *perceived enjoyment* dan diskon dapat menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 35,1%. Hasil tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Damanik, Fauzi, dan Situmorang, (2022) menyatakan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan penelitian yang dilakukan oleh Ermida, Ghalib, dan Wahyuni (2021) menyatakan bahwa diskon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, artinya jika *perceived enjoyment* dan diskon ditingkatkan, maka kepuasan konsumen akan meningkat. Menurut Kotler dan Keller dalam Ermida, Ghalib, dan Wahyuni (2021) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk/jasa (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Oktarini dan Wardana (2018) menyatakan bahwa *perceived enjoyment* adalah motivasi intrinsik yang menekankan pada proses penggunaan dan mencerminkan kesenangan dan kenikmatan yang terkait dengan penggunaan system. Tussakdiah (2021) menyatakan bahwa diskon adalah pengurangan langsung dari harga barang pada pembelian selama suatu periode waktu yang dinyatakan.

