

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 dan uji deskripsi jawaban responden .

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Jenis

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	62	51,7%
Perempuan	58	48,3%
Total	120	100,0%

Sumber : Data Diolah , 2024

Berdasarkan tabel 4.1 responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa konsumen pada produk *fashion* di shopee, paling banyak berjenis kelamin laki-laki yang berjumlah 62 responden atau sebesar 51,7%, artinya sebagian besar konsumen pada produk *fashion* di shopee dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
17-25 Tahun	80	66,7%
28-34 Tahun	31	25,8%
35 -43 Tahun	5	4,2%
44-52 Tahun	2	1,7%
>52 Tahun	3	2,5%

Sumber : Data diolah , 2024

Berdasarkan tabel 4.2 responden berdasarkan usia dapat dilihat bahwa konsumen pada produk *fashion* di shopee , paling banyak berusia 17 Tahun - 25 Tahun, yang

berjumlah 80 responden atau sebesar 66.7%, artinya sebagian besar konsumen pada produk *fashion* dishopee dalam penelitian ini berusia 17 Tahun - 25 Tahun.

Tabel 4.3

Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar	2	1,7%
Mahasiswa/i	12	10%
Pegawai Negeri	15	12,5%
Wiraswasta	74	61,7%
Ibu rumah tangga	17	14,2%
Total	120	100,0%

Sumber : Data diolah , 2024

Berdasarkan tabel 4.3 responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat bahwa konsumen pada produk *fashion* dishopee , paling banyak memiliki pekerjaan sebagai Wiraswasta, yang berjumlah 74 responden atau sebesar 61,7% artinya sebagian besar konsumen pada produk *fashion dishopee* dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai Wiraswasta.

Tabel 4.4

Hasil Jawaban Responden Harga

No	Pernyataan	Jawaban										Total
		STS		TS		CS		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Harga produk <i>fashion</i> yang dijual di Shopee sangat terjangkau	6	5,0%	12	10,0 %	25	20.8 %	37	30.8 %	40	33.7 %	1,163
2	Harga <i>Fashion</i> di Shopee selalu bersaing harga dengan Distro yang lainnya	5	4,2 %	17	17,2 %	41	41,0 %	41	41.0 %	16	13.3 %	1,022
3	Harga yang dimiliki <i>Fashion</i> di Shopee selalu stabil dan konsisten	5	4,2 %	22	3,8 %	46	38,5 %	35	28,2 %	12	10.0 %	1,000

Sumber : Data diolah , 2024

Berdasarkan tabel 4.4 jawaban responden diatas pernyataan yang memiliki total skor terbesar terdapat pada pernyataan 1, yaitu, Harga produk *fashion* yang dijual

di Shopee sangat terjangkau sebanyak 1,163 , sedangkan pernyataan pernyataan yang memiliki total skor terendah terdapat pada pernyataan 3, yaitu Harga yang dimiliki *Fashion* di Shopee selalu stabil dan konsisten., sebanyak 1,000 .

Tabel 4.5

Hasil Jawaban kualitas produk

No	Pernyataan	Jawaban										Total
		STS		TS		CS		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Produk fashion yang ada di shopee mampu digunakan dalam jangka waktu yang lama	7	5,8%	26	21,7 %	40	33,3 %	33	27,5 %	14	11,7 %	1,082
2	Produk <i>fashion</i> di shopee nyaman dipakai setiap waktu	3	2,5 %	22	18,3 %	50	47,7 %	33	27,5 %	16	10,0 %	953
3	Produk <i>fashion</i> yang ada di shopee memiliki produk yang berkualitas	2	1,7 %	24	20,0 %	52	43,53 %	30	25,0 %	12	10,0 %	936
4	Produk <i>fashion</i> yang ada di shopee selalu menarik	2	1,7%	31	25,8%	44	36,2%	35	29,2%	8	6,7%	934
5	Produk <i>fashion</i> yang ada di shopee selalu bervariasi dengan berbagai macam bentuk	4	3,3%	31	25,8%	40	33,3%	37	30,8%	8	6,7%	980

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.5 jawaban responden diatas pernyataan yang memiliki total skor terbesar terdapat pada pernyataan 1 , yaitu Produk fashion yang ada di shopee mampu digunakan dalam jangka waktu yang lama sebanyak 1,082, sedangkan pernyataan pernyataan yang memiliki total skor terendah terdapat pada pernyataan 4, yaitu Produk *fashion* yang ada di shopee selalu menarik, sebanyak 934

Tabel 4.6

No	Pernyataan	Jawaban										Total
		STS		TS		CS		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Membeli produk <i>fashion</i> di shopee sesuai dengan kebutuhan secara umum	3	2,5%	21	17,5 %	42	35,0 %	35	29,2%	19	15,8 %	1,030
2	Membeli produk <i>fashion</i> di shopee sesuai dengan kebutuhan pribadi	5	4,2 %	21	17,5 %	49	42,8 %	28	23,3. %	17	14,2 %	1,041
3	Membeli produk <i>fashion</i> di shopee dipengaruhi karena saudara berbelanja disana	4	1,7 %	26	20,0 %	45	37,5%	32	25,0 %	19	10,0 %	1,009
4	Membeli produk <i>fashion</i> di shopee karena lingkungan teman kelompok selalu membeli disana	2	1,7%	23	25,8%	36	36,2%	35	29,2%	22	6,7%	1,095

Hasil Jawaban Responden keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.6 jawaban responden diatas pernyataan yang memiliki total skor terbesar terdapat pada pernyataan 4 , yaitu, Membeli produk *fashion* di shopee karena lingkungan teman kelompok selalu membeli disana sebanyak 1,095, sedangkan pernyataan pernyataan yang memiliki total skor terendah terdapat pada pernyataan 3, yaitu, Membeli produk *fashion* di shopee dipengaruhi karena saudara berbelanja disana sebanyak 1,009

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 untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Harga	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
Kualitas Produk	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
Keputusan pembelian	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

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas variabel, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan variabel Harga ,kualitas Produk dan keputusan pembelian , memperoleh hasil yang didapatkan adalah nilai Sig < alpha. Dengan demikian seluruh item pernyataan Harga ,kualitas Produk dan keputusan pembelian , dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian

4.2.1 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas masing-masing instrumen variabel menggunakan rumus *alpha cronbach* dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interprestasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Reabilitas Variabel

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Koefisien r	Simpulan
Harga	0,696	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
Kualitas produk	0,681	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
Keputusan Pembelian	0,698	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah , 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.7 diatas nilai *cronbach's alpha*, menjelaskan bahwa Harga , Kualitas Produk , dan Keputusan Pembelian memiliki kategori reliabel sangat tinggi, karena berada pada rentan 0,8000 – 1,0000

4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 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 25. Hasil uji linearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel 4.8

Uji Linieritas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Harga terhadap keputusan pembelian	0,324	0,05	Sig > Alpha	Linier
Kualitas terhadap keputusan pembelian	0,381	0,05	Sig > Alpha	Linier

Sumber : Data diolah ,2024

Berdasarkan tabel 4.8 hasil perhitungan *ANOVA table*, pada variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, didapat nilai Sig pada baris *deviation from linearity* $> 0,05$ maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

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 4.9

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF		Kondisi	Simpulan
Harga terhadap keputusan pembelian	1.203	10	VIF<10	Tidak ada gejala multikolinieritas
Kualitas produk Terhadap keputusan pembelian	1.203	10	VIF<10	Tidak ada gejala multikolinieritas

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 hasil perhitungan pada tabel *coefficient* menunjukkan bahwa nilai VIF pada variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian < 10 , maka tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independen terhadap variabel dependen.

4.4 Hasil Analisis Data

4.4.1 Regresi Linear Berganda

Tabel 4.10

Persamaan Regresi Linear Berganda

Variable	B
(Constant)	4,429

Harga	333
Kualitas produk	284

Sumber : Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.11 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,429 + 0,333X_1 + 0,284X_2$$

1. Nilai konstanta sebesar 4,429 yang berarti bahwa tanpa adanya variabel harga dan kualitas produk maka besarnya keputusan pembelian adalah 4,429 satuan
2. Koefisien harga , artinya jika harga naik sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat, sebesar 0.333 satu satuan.
3. Koefisien keputusan kualitas produk , artinya jika Kualitas produk sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat, sebesar 0,289 satu satuan
4. 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

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 4.11
Hasil Uji Parsial

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Harga Dan kualitas prodak Terhadap keputusan pembelian	0,000	0,05	Sig < Alpha	Berpengaruh
Harga Dan kualitas prodak Terhadap keputusan pembelian	0,000	0,05	Sig < Alpha	Berpengaruh

Berdasarkan tabel 4.11 didapat perhitungan pada harga terhadap keputusan pembelian , diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa harga marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *fashion* di shopee

2. Berdasarkan tabel 4.10 didapat perhitungan pada persepsi harga terhadap keputusan pembelian , diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *fashion* di shopee

4.4.2 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 simultan (Uji F) adalah sebagai berikut

Tabel 4.12

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian	0,000	0,05	Sig < Alpha	Berpengaruh

Berdasarkan tabel 4.12 didapat perhitungan pada harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian , diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *fashion* di shopee

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pembahasan Harga terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji-t), diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *fashion* dishopee . Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi (Kotler dan Armstrong, 2001). harga Menurut Mardia et al. (2021) harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa .

4.5.2 Pembahasan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji-t), diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *fashion* dishopee . kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya, kualitas produk mempunyai delapan faktor yaitu Performance (kinerja), Durability (daya tahan), Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi), Features (fitur), Reliability (reliabilitas), Aesthetics (estetika), Perceived quality (kesan kualitas), dan Serviceability (kemampuan layanan). Menurut Swastha dan Handoko (2012:102), salah satu dari tujuh komponen yang ada adalah keputusan pembelian tentang jenis produk. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah barang atau jasa ketika konsumen tersebut menganggap produk itu dibutuhkan. Kualitas produk yang diberikan perusahaan adalah strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anwar (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian alternatif dalam melakukan keputusan pembelian dan menggunakan suatu produk (Syarif, 2008:45). Pendapat tersebut juga

didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Monalisa (2015) yang mengungkapkan bahwa kualitas produk yang dianggap baik oleh konsumen akan menciptakan keputusan pembelian.

4.5.3 Pembahasan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji-F), diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *social* harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *fashion* dishopee. Menurut (Zulkarnaen, 2023), harga merupakan nilai uang yang harus dibayarkan atas pelanggan terhadap penjual dan pembeli barang yang dibelinya. Dengan kata lain, harga ialah nilai sebuah barang yang ditentukan oleh penjual . Menurut (Kotler & Armstrong, 2013) kualitas produk adalah suatu produk yang mampu guna memberi fungsi, meliputi kehandalan, ketepatan, daya tahan, maupun kehandalan, serta atribut bernilai yang lain. Menurut (Agustina & Hinggo, 2023) keputusan pembelian adalah sebuah keputusan final yang dimiliki seorang pelanggan guna melakukan pembelian sebuah jasa maupun barang beserta sejumlah pertimbangan-pertimbangan khusus