

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 pengunjung dan konsumen belanja online di *Shopee* berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut.

Table 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	35	35%
Perempuan	65	65%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Diolah 2020

Berdasarkan table 4.1 dapat dilihat bahwa yang paling banyak mengunjungi aplikasi *Shopee* adalah jenis kelamin perempuan sebanyak 65 orang atau sebesar 65% (Lampiran 3).

2. Usia Responden

Gambaran umum mengenai pengunjung dan konsumen belanja online di Shopee berdasarkan usia adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
19 – 22 Tahun	80	80%
23 – 26 Tahun	18	18%
27 – 30 Tahun	0	0%
34 –35 Tahun	0	0%
> 38 Tahun	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Diolah 2020

Berdasarkan table 4.2 dapat dilihat bahwa yang paling banyak mengunjungi aplikasi Shopee adalah berusia 19-22 Tahun sebanyak 80 orang atau sebesar 80% (Lampiran 3).

3. Pekerjaan Responden

Gambaran umum mengenai pengunjung dan konsumen belanja online di Shopee berdasarkan Pekerjaan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Belum Bekerja	2	2%
Pegawai Swasta	7	7%
Wiraswasta	6	6%
Mahasiswa/Pelajar	77	77%
Ibu Rumah Tangga	2	2%
Lainnya	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Diolah 2020

Berdasarkan table 4.3 dapat dilihat bahwa yang paling banyak mengunjungi aplikasi Shopee adalah Mahasiswa/Pelajar sebanyak 77 orang atau sebesar 77% (Lampiran 3).

4. Mengunjungi Aplikasi Shopee

Gambaran umum mengenai pengunjung dan konsumen belanja online di Shopee berdasarkan mengunjungi aplikasi Shopee adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Mengunjungi Aplikasi Shopee

Mengunjungi Aplikasi Shopee	Jumlah	Persentase
1 Kali	10	10%
2 Kali	17	17%
3 Kali	15	15%
>4 Kali	58	58%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Diolah 2020

Berdasarkan table 4.4 dapat dilihat bahwa yang paling banyak mengunjungi dan konsumen belanja online di Shopee sebanyak >4 Kali dengan jumlah 58 orang atau sebesar 58% (Lampiran 3).

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Kemudahan Penggunaan (X1)

No	Daftar Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Aplikasi Shopee mudah untuk dipelajari	11	11.0	45	45.0	33	33.0	7	7.0	4	4.0
2	Aplikasi Shopee mudah digunakan dalam penelusuran barang	24	24.0	38	38.0	31	31.0	7	7.0	0	0

	yang dibutuhkan										
3	Sangat fleksibel dalam penelusuran Aplikasi shopee	20	20.0	36	36.0	34	34.0	10	10.0	0	0
4	Tidak membutuhkan banyak usaha untuk mengoperasikan aplikasi shopee	14	14.0	36	36.0	35	35.0	12	12.0	3	3.0
5	Tampilan dalam aplikasi shopee sangat jelas	20	20.0	26	26.0	42	42.0	9	9.0	3	3.0
6	Susunan menu pada layanan Aplikasi shopee mudah dipahami	29	29.0	27	27.0	32	32.0	12	12.0	0	0

Sumber: Data Diolah 2020

Berdasarkan table 4.5 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 6 yaitu susunan menu pada layanan aplikasi Shopee mudah dipahami dengan jumlah 29 responden atau 29%. Jawaban setuju pada table diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu aplikasi Shopee mudah untuk dipelajari dengan jumlah 45 responden atau 45%. Jawaban Netral pada table diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 5 yaitu tampilan dalam aplikasi Shopee sangat jelas dengan jumlah 42 responden atau 42%.

Jawaban tidak setuju pada table diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 4 dan 6 yaitu tidak membutuhkan banyak usaha untuk mengoperasikan aplikasi shopee dan susunan menu pada layanan Aplikasi shopee mudah dipahami dengan jumlah 12 responden atau 12%. Jawaban sangat tidak setuju pada table diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu aplikasi Shopee mudah untuk dipelajari dengan jumlah 4 responden atau 4% (Lampiran 4).

Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Manfaat (X2)

No	Daftar Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Dengan menggunakan Aplikasi <i>shopee</i> pekerjaan menjadi lebih mudah	29	29.0	27	27.0	32	32.0	12	12.0	0	0
2	Dengan berbelanja menggunakan <i>Shopee</i> dapat meningkatkan kinerja	15	15.0	31	31.0	42	42.0	11	11.0	1	1.0
3	Dengan menggunakan Aplikasi <i>Shopee</i> sangat membantu untuk lebih mudah dalam menyelesaikan pekerjaan	11	11.0	39	39.0	32	32.0	11	11.0	2	2.0
4	Dengan menggunakan aplikasi <i>Shopee</i> dapat meningkatkan produktivitas	18	18.0	35	35.0	36	36.0	10	10.0	1	1.0
5	menggunakan aplikasi <i>Shopee</i> dapat meningkatkan efektivitas	8	8.0	7	7.0	51	51.0	9	9.0	5	5.0
6	Aplikasi <i>Shopee</i> bermanfaat dalam mencari barang yang diinginkan	14	14.0	33	33.0	40	40.0	13	13.0	0	0

Sumber: Data Diolah 2020

Berdasarkan table 4.6 jawaban responden diatas pernyataan terbesar pada pernyataan sangat setuju terdapat pada pernyataan 1 yaitu dengan menggunakan Aplikasi *shopee* pekerjaan menjadi lebih mudah dengan jumlah 29 responden atau 29 %. Jawaban setuju pada table diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu dengan menggunakan Aplikasi *Shopee* sangat membantu untuk lebih mudah

dalam menyelesaikan pekerjaan dengan jumlah 39 responden atau 39%. Jawaban netral pada table diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 5 yaitu menggunakan aplikasi Shopee dapat meningkatkan efektifitas dengan jumlah 51 responden atau 51%.

Jawaban tidak setuju pada table diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 6 yaitu aplikasi Shopee bermanfaat dalam mencari barang yang diinginkan dengan jumlah 13 responden atau 13%. Jawaban sangat tidak setuju pada table diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 5 yaitu menggunakan aplikasi Shopee dapat meningkatkan efektifitas dengan jumlah 5 responden atau 5% (Lampiran 4).

Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Sikap (Y)

No	Daftar pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Dengan menggunakan aplikasi <i>Shopee</i> dapat membuat hidup menjadi lebih menarik	15	15.0	51	51.0	29	29.0	3	3.0	0	0
2	Terdapat kenikmatan dalam menggunakan aplikasi <i>Shopee</i>	32	32.0	42	42.0	22	22.0	4	4.0	0	0
3	Fitur dalam aplikasi <i>shopee</i> dapat membuat kenyamanan dalam berbelanja	38	38.0	38	38.0	22	22.0	2	2.0	0	0
4	Dengan menggunakan aplikasi <i>Shopee</i> bisa meningkatkan produktivitas	22	22.0	44	44.0	23	23.0	3	3.0	3	3.0
5	Menggunakan aplikasi	32	32.0	39	39.0	27	27.0	1	1.0	1	1.0

shopee sangatlah mudah											
------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Data Diolah 2020

Berdasarkan table 4.7 jawaban responden diatas pernyataan terbesar pada pernyataan sangat setuju terdapat pada pernyataan 3 yaitu fitur dalam aplikasi shopee dapat membuat kenyamanan dalam berbelanja dengan jumlah 38 responden atau 38%. Jawaban setuju pada table diatas pernyataan terbesar terdapat pada pernyataan 4 yaitu dengan menggunakan aplikasi Shopee bisa meningkatkan produktivitas dengan jumlah 44 responden atau 44%. Jawaban netral pada table diatas pernyataan terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu dengan menggunakan aplikasi *Shopee* dapat membuat hidup menjadi lebih menarik dengan jumlah 29 responden atau 29%.

Jawaban tidak setuju pada table diatas pernyataan terbesar terdapat pada pernyataan 2 yaitu terdapat kenikmatan dalam menggunakan aplikasi *Shopee* dengan jumlah 4 responden atau 4%. Jawaban sangat tidak setuju pada table diatas pernyataan terbesar terdapat pada pernyataan 4 yaitu dengan menggunakan aplikasi *Shopee* bisa meningkatkan produktivitas dengan jumlah 3 responden atau 3% (Lampiran 4).

Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Variable Niat Beli

No	Daftar Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Dengan menggunakan aplikasi <i>Shopee</i> niat beli menjadi lebih tinggi	6	6.0	33	33.0	48	48.0	10	10.0	3	3.0
2	Setelah menggunakan aplikasi <i>Shopee</i>	11	11.0	38	38.0	38	38.0	13	13.0	0	0.0

	Probabilitas dalam pembelian semakin ditingkatkan										
3	Setelah membuka aplikasi <i>Shopee</i> terdapat keinginan untuk membeli produk	18	18.0	35	35.0	36	36.0	11	11.0	0	0.0

Sumber: Data Diolah 2020

Berdasarkan table 4.8 jawaban responden diatas pernyataan terbesar pada pernyataan sangat setuju terdapat pada pernyataan 3 Setelah membuka aplikasi *Shopee* terdapat keinginan untuk membeli produk dengan jumlah 18 responden atau 18%. Jawaban setuju pada table diatas pernyataan terbesar terdapat pada pernyataan 2 yaitu setelah menggunakan aplikasi *Shopee* Probabilitas dalam pembelian semakin ditingkatkan dengan jumlah 38 responden atau 38%. Jawaban netral pada table diatas pernyataan terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu dengan menggunakan aplikasi *Shopee* niat beli menjadi lebih tinggi dengan jumlah 48 responden atau 48%.

Jawaban tidak setuju pada table diatas pernyataan terbesar terdapat pada pernyataan 2 yaitu setelah menggunakan aplikasi *Shopee* Probabilitas dalam pembelian semakin ditingkatkan dengan jumlah 13 responden atau 13%. Jawaban sangat tidak setuju pada table diatas pernyataan terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu dengan menggunakan aplikasi *Shopee* niat beli menjadi lebih tinggi dengan jumlah 3 responden atau 3% (Lampiran 4).

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh reponden terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang diujicobakan kepada responden. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung

data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan SPSS.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan (X1)

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
KP1	0,001	0,05	Sig<Alpha	Valid
KP2	0,000	0,05	Sig<Alpha	Valid
KP3	0,000	0,05	Sig<Alpha	Valid
KP4	0,002	0,05	Sig<Alpha	Valid
KP5	0,001	0,05	Sig<Alpha	Valid
KP6	0,000	0,05	Sig<Alpha	Valid

Sumber: Data Diolah 2020

Berdasarkan table 4.9 diatas hasil uji validitas variable kemudahan penggunaan (X1) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai kemudahan penggunaan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai sig kurang dari signifikan 0,05 dimana nilai sig tertinggi yaitu 0,002 dan terendah 0,000. Dengan demikian seluruh pernyataan kemudahan penggunaan dinyatakan valid (Lampiran 5).

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Manfaat (X2)

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Manfaat1	0,000	0,05	Sig<Alpha	Valid
Manfaat2	0,000	0,05	Sig<Alpha	Valid
Manfaat3	0,000	0,05	Sig<Alpha	Valid
Manfaat4	0,000	0,05	Sig<Alpha	Valid
Manfaat5	0,003	0,05	Sig<Alpha	Valid
Manfaat6	0,000	0,05	Sig<Alpha	Valid

Sumber: Data Diolah 2020

Berdasarkan table 4.10 diatas hasil uji validitas variable manfaat (X2) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai manfaat. Hasil yang didapatkan yaitu nilai sig kurang dari signifikan 0,05

dimana nilai sig tertinggi yaitu 0,003 dan terendah 0,000. Dengan demikian seluruh pernyataan manfaat dinyatakan valid (Lampiran 5).

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Sikap (Y)

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Sikap1	0,000	0,05	Sig<Alpha	Valid
Sikap2	0,019	0,05	Sig<Alpha	Valid
Sikap3	0,000	0,05	Sig<Alpha	Valid
Sikap4	0,000	0,05	Sig<Alpha	Valid
Sikap5	0,000	0,05	Sig<Alpha	Valid

Sumber: Data Diolah 2020

Berdasarkan table 4.11 diatas hasil uji validitas variable sikap (Y) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai sikap. Hasil yang didapatkan yaitu nilai sig kurang dari signifikan 0,05 dimana nilai sig tertinggi yaitu 0,019 dan terendah 0,000. Dengan demikian seluruh pernyataan sikap dinyatakan valid (Lampiran 5).

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Niat Beli (Z)

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
NB1	0,000	0,05	Sig<Alpha	Valid
NB2	0,000	0,05	Sig<Alpha	Valid
NB3	0,000	0,05	Sig<Alpha	Valid

Sumber: Data Diolah 2020

Berdasarkan table 4.12 diatas hasil uji validitas variable niat beli (Z) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai niat beli. Hasil yang didapatkan yaitu nilai sig kurang dari signifikan 0,05 yaitu seluruh pernyataan memiliki sig 0,000 dengan demikian seluruh pernyataan niat beli dinyatakan valid (Lampiran 5).

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka peneliti kemudian melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrument variable X1, variable X2, variable Y dan instrument variable Z menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan SPSS. Hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi reliable instrument dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.13 Interpretasi Reliable Instrumen

Nilai Korelasi	Keterangan
0,80 – 1,00	Tinggi
0,60 – 0,80	Cukup
0,40 – 0,60	Agak Rendah
0,20 – 0,40	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat Rendah

Sumber: Priyanto, 2018

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

Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Koefisien r	Simpulan
Kemudahan Penggunaan (X1)	0,751	0,60 – 0,80	Tinggi
Manfaat (X2)	0,786	0,60 – 0,80	Tinggi
Sikap (Y)	0,773	0,60 – 0,80	Tinggi
Niat Beli (Z)	0,383	0,20 – 0,40	Rendah

Sumber: Data Diolah 2020

Berdasarkan uji reliabilitas table 4.14 diatas nilai cronbach alpha sebesar 0,751 untuk variable kemudahan penggunaan (X1) dengan tingkat reliable Tinggi, 0,786 untuk variable manfaat (X2) dengan tingkat reliable Tinggi, 0,773 untuk variable

sikap (Y) dengan tingkat reliable Tinggi dan 0,383 untuk variable Niat Beli (Z) dengan tingkat reliable rendah (Lampiran 6).

4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Uji Normalitas

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

Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Kemudahan Penggunaan (X1)	0,598	0,05	Sig > Alpha	Normal
Manfaat (X2)	0,100	0,05	Sig > Alpha	Normal
Sikap (Y)	0,150	0,05	Sig > Alpha	Normal
Niat Beli (Z)	0,130	0,05	Sig > Alpha	Normal

Sumber: Data Diolah 2020

Berdasarkan table 4.15 one-Sampel Kolmogorov Test-Smirnov diatas menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan (X1) Dengan tingkat signifikan diperoleh $0,598 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk Manfaat (X2) dengan tingkat signifikan diperoleh data $0,100 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk Sikap (Y) dengan tingkat signifikan diperoleh data $0,150 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Dan nilai untuk niat beli (Z) dengan tingkat signifikan diperoleh $0,130 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal (Lampiran7).

4.3.2 Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variable mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi peason

(priyanto,2017). Hasil uji linieritas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap	0,217	0,05	Sig>Alpha	Linear
Manfaat Terhadap Sikap	0,906	0,05	Sig>Alpha	Linear
Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Beli	0,496	0,05	Sig>Alpha	Linear
Manfaat Terhadap Niat Beli	0,857	0,05	Sig>Alpha	Linear
Sikap Terhadap Niat Beli	0,199	0,05	Sig>Alpha	Linear

Sumber: Data Diolah 2020

1. Kemudahan Penggunaan (X1) Terhadap Sikap (Y)

Berdasarkan tabel 4.16 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linierity* $0,217 >$ dari 0,05 maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier (Lampiran 8).

2. Manfaat (X) Terhadap Sikap (Y)

Berdasarkan tabel 4.14 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linierity* $0,906 >$ dari 0,05 maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier (Lampiran 8).

3. Kemudahan Penggunaan (X1) Terhadap Niat Beli (Z)

Berdasarkan table 4.16 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai sig pada baris *Deviantion form linierity* $0,496 >$ dari 0,05 maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier (Lampiran 8).

4. Manfaat (X2) Terhadap Niat Beli (Z)

Berdasarkan table 4.16 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai sig pada baris *Deviantion form linierity* $0,857 >$ dari 0,05

maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier (Lampiran 8).

5. Sikap (Y) Terhadap Niat Beli (Z)

Berdasarkan tabel 4.14 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linierity* $0,199 >$ dari $0,05$ maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier (Lampiran 8).

4.4 Hasil Analisis Data

4.4.1 Hasil Analisis Jalur

A. Model Rantai Kausal Pertama

$$Y = PYX_1 + PYX_2 + \epsilon$$

Analisis regresi dilakukan untuk melihat pengaruh kemudahan penggunaan (X1) dan manfaat (X2) secara parsial terhadap sikap (Y). hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 4.17 Analisis Jalur

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Kemudahan Penggunaan	0,005	0,05	Sig < Alpha	H_0 ditolak
Manfaat	0,134	0,05	Sig > Alpha	H_0 Diterima

Sumber: Data Diolah 2020

1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X1) Terhadap Sikap (Y)

Berdasarkan table 4.17 didapat perhitungan pada kemudahan penggunaan (X1) diperoleh nilai sig ($0,005 <$ Alpha ($0,05$) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap sikap (Y) (Lampiran 9).

2. Pengaruh Manfaat (X2) Terhadap Sikap (Y)

Berdasarkan table 4.17 didapat perhitungan pada manfaat (X2) diperoleh nilai sig (0,134) > Alpha (0,05) dengan demikian H0 diterima dan Ha ditolak sehingga didapat kesimpulan bahwa manfaat (X2) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap (Y) (Lampiran 9).

B. Model Persamaan Substruktur Kedua

$$Z = PZX_1 + PZX_2 + \epsilon$$

Analisis regresi dilakukan untuk melihat kemudahan penggunaan (X1), manfaat (X2) dan sikap (Y) secara parsial terhadap Niat Beli (Z), hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 4.18 Persamaan Substruktur Kedua

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Kemudahan Penggunaan	0,004	0,05	Sig<Alpha	H0 ditolak
Manfaat	0,000	0,05	Sig<Alpha	H0 ditolak
Sikap	0,000	0,05	Sig<Alpha	H0 ditolak

Sumber: Data Diolah 2020

1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X1) Terhadap Niat Beli (Z)

Berdasarkan table 4.18 didapat perhitungan pada kemudahan penggunaan (X1) diperoleh nilai sig (0,004) < Alpha (0,05) dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli (Z) di Shopee (Lampiran 9).

2. Pengaruh Manfaat (X2) Terhadap Niat Beli (Z)

Berdasarkan table 4.18 didapat perhitungan manfaat (X2) diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05) dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa manfaat (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli (Z) di Shopee (Lampiran 9).

3. Pengaruh Sikap (Y) Terhadap Niat Beli (Z)

Berdasarkan table 4.18 diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05) dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap (Y) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli (Z) di Shopee (Lampiran 9).

C. Perhitungan Pengaruh

Pengaruh Langsung

- Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap
 $X1 \rightarrow Y = 0,369$
- Pengaruh Manfaat Terhadap Sikap
 $X2 \rightarrow Y = 0,192$
- Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat beli
 $X1 \rightarrow Z = -0,351$
- Pengaruh Manfaat Terhadap Niat Beli
 $X2 \rightarrow Z = 0,663$
- Pengaruh Sikap Terhadap Niat Beli
 $Y \rightarrow Z = 0,352$

Pengaruh Tidak Langsung

- Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat beli melalui sikap
 $X1 \rightarrow Y \rightarrow Z = (0,369 \times -0,351) = -0,129$
- Pengaruh manfaat terhadap niat beli melalui sikap
 $X2 \rightarrow Y \rightarrow Z = (0,192 \times -0,351) = -0,067$

Pengaruh Total

- Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat beli melalui sikap

$$X1 \rightarrow Y \rightarrow Z = (0,369 + -0,351) = 0,018$$

- Pengaruh manfaat terhadap niat beli melalui sikap

$$X1 \rightarrow Y \rightarrow Z = (0,192 + -0,351) = -0,159$$

- Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat beli

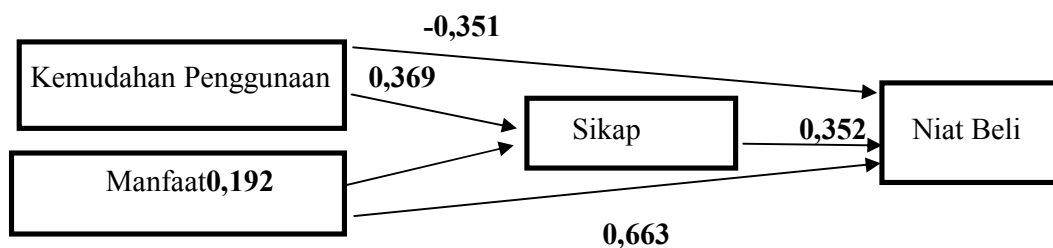
$$X1 \rightarrow Z = -0,351$$

- Pengaruh manfaat terhadap niat beli

$$X2 \rightarrow Z = 0,663$$

- Pengaruh sikap terhadap niat beli

$$Y \rightarrow Z = 0,352$$



Gambar 4.1 Persamaan Struktural

Persamaan struktur untuk model tersebut ialah:

$$\text{Substruktur 1 : } Y = 0,369X1 + 0,192X2 + \epsilon$$

$$\text{Substruktur 2 : } Z = -0,351X1 + 0,663X2 + 0,352Y + \epsilon$$

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil kuesioner, responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah berjenis kelamin perempuan, dengan usia 19 Tahun – 22 Tahun. Sebagian besar dari responden mahasiswa/pelajar dan sebagian besar dari responden >4 mengunjungi aplikasi Shopee.

4.5.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X1) Terhadap Sikap (Y)

Berdasarkan analisis jalur bahwa kemudahan penggunaan (X1) memberi pengaruh terhadap sikap (Y) sebesar 0,369 dan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh hasil kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap, sehingga semakin baik kemudahan penggunaan aplikasi Shopee maka akan meningkat sikap konsumen di Shopee. Menurut Istiarni (2014) Penggunaan ditentukan oleh persepsi individu dan sikap yang pada akhirnya akan membentuk perilaku seseorang dalam penggunaan suatu teknologi informasi. Jika seseorang percaya bahwa sistem tersebut berguna maka dia akan bereaksi positif pada sistem tersebut dan akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif signifikan pada sikap.

4.5.2 Pengaruh Manfaat (X2) Terhadap Sikap (Y)

Berdasarkan analisis jalur bahwa manfaat (X1) memberi pengaruh terhadap sikap (Y) sebesar 0,192 dan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh hasil manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap, sehingga ada atau tidaknya manfaat pada aplikasi Shopee maka tidak berdampak pada sikap konsumen di aplikasi Shopee. Pernyataan ini didukung oleh pendapat Aidar (2018), menyatakan bahwa Manfaat tidak berpengaruh terhadap Sikap.

4.5.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X1) Terhadap Niat Beli (Z)

Berdasarkan analisis jalur bahwa kemudahan penggunaan (X1) memberi pengaruh terhadap niat beli (Z) sebesar -0,351 dan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh hasil kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat beli, sehingga semakin baik kemudahan penggunaan aplikasi Shopee maka akan meningkat niat beli konsumen di Shopee.

4.5.4 Pengaruh Manfaat (X2) Terhadap Niat Beli (Z)

Berdasarkan analisis jalur bahwa manfaat (X2) memberi pengaruh terhadap niat beli (Z) sebesar 0,663 dan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh hasil manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat beli, sehingga semakin baik manfaat aplikasi Shopee maka akan meningkat niat beli konsumen di Shopee. Pernyataan ini didukung oleh Andryanto (2016), menyatakan bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat beli

4.5.5 Pengaruh Sikap (Y) Terhadap Niat Beli (Z)

Berdasarkan analisis jalur bahwa sikap (Y) memberi pengaruh terhadap niat beli (Z) sebesar 0,352 dan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh hasil sikap berpengaruh signifikan terhadap niat beli, sehingga semakin baik sikap konsumen maka akan meningkat niat beli konsumen di Shopee. Pernyataan ini didukung oleh Paramita (2015), menyatakan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap niat beli.