

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 GAMBARAN UMUM SHOPEE



Gambar 5.1 Logo Aplikasi Shopee

Shopee adalah situs *e-commerce* yang berkantor pusat di Singapura di bawah naungan SEA Group (sebelumnya dikenal dengan nama Garena), yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li dan dipimpin oleh Chris Feng. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015 sebagai *marketplace Consumer-to-Consumer* (C2C). Namun kini telah beralih ke model hibrid C2C dan *Business-to-Consumer* (B2C) semenjak meluncurkan Shopee Mall yang merupakan platform toko daring untuk *brand* ternama dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Mulai tahun 2019, Shopee juga sudah aktif di negara Brasil, menjadikannya negara pertama di Amerika Selatan dan luar Asia yang dikunjungi Shopee.

Pada April 2020, Shopee Indonesia mulai mempromosikan penjualan makanan siap saji di platform Shopee. Program yang diberi nama ShopeeFOOD ini telah merekrut lebih dari 500 penjual makanan di wilayah Jakarta. Selain itu Shopee juga memiliki beberapa fitur diantaranya gratis ongkir, *cash on demand* (COD),

cashback dan voucher, Shopee koin, Shopee Pay, Shopee Pay Later, dan juga Shopee Game.

5.2 RESPONDEN

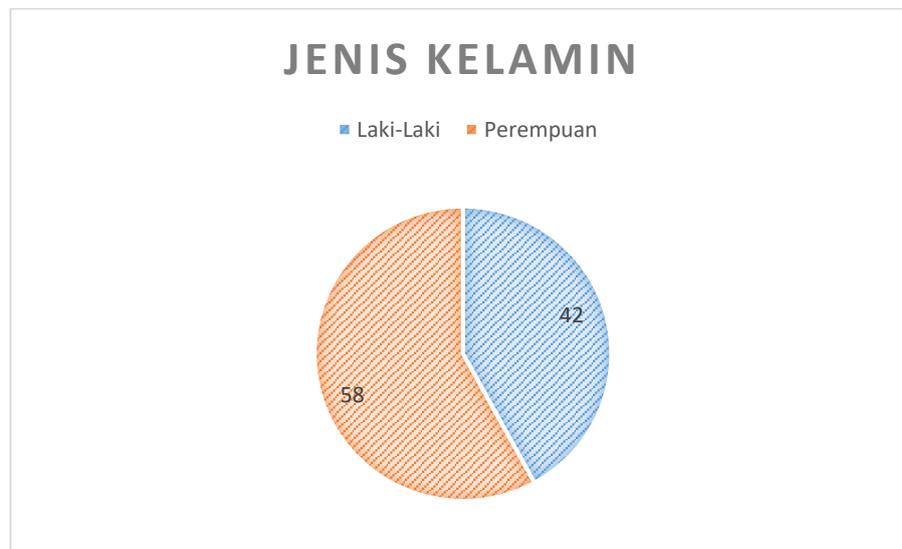
Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner pertanyaan melalui *Google Form*, dimana partisipannya merupakan pengguna aplikasi Shopee di Indonesia. Di dalam kuesioner terdapat total 20 butir pertanyaan dengan pilihan jawaban menggunakan skala likert 1-4. Sedangkan jumlah responden yang digunakan untuk membantu pengisian kuesioner tersebut total berjumlah 100 orang.

5.2.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan data kuesioner yang telah terkumpul, berikut merupakan jumlah karakteristik kategori jenis kelamin pada responden.

Tabel 5.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden

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



Gambar 5.2 Persentase Jenis Kelamin

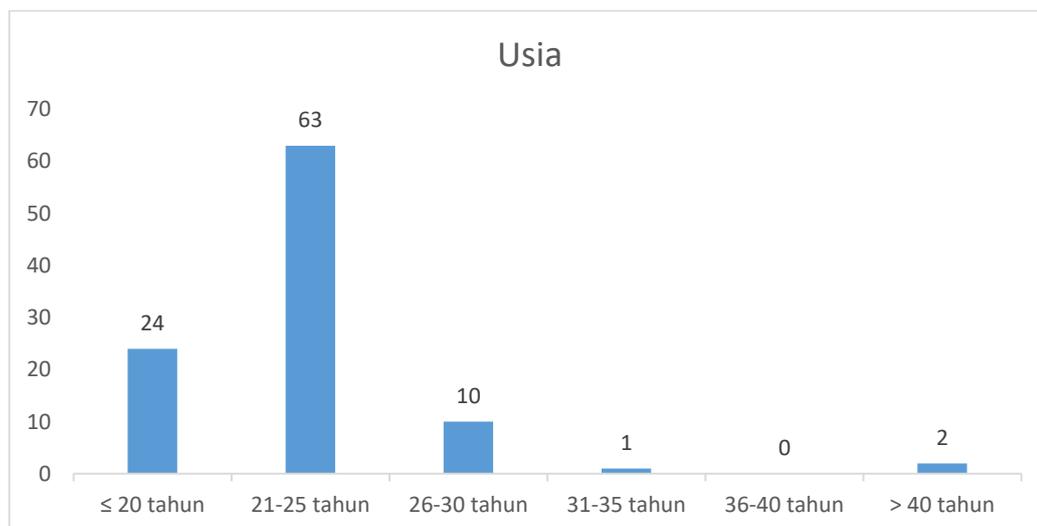
Berdasarkan tabel 5.1 di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah respon laki-laki adalah 42 responden atau setara dengan 42% dari jumlah keseluruhan. Sedangkan jumlah responden untuk perempuan adalah 58 responden atau setara dengan 58% dari jumlah keseluruhan. Dari sampel ini kita dapat menyimpulkan bahwa mayoritas pengguna aplikasi Shopee di Indonesia merupakan perempuan.

5.2.2 Usia

Berdasarkan data kuesioner yang telah terkumpul, berikut merupakan jumlah karakteristik kategori usia pada responden.

Tabel 5.2 Karakteristik Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
≤ 20 tahun	24	24%
21-25 tahun	63	63%
26-30 tahun	10	10%
31-35 tahun	1	1%
36-40 tahun	-	0%
> 40 tahun	2	2%
Total	100	100%



Gambar 5.3 Persentase Usia

Berdasarkan tabel 5.2 di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat 24 jumlah respon pada kelompok usia ≤ 20 tahun atau setara dengan 24% dari jumlah keseluruhan, 63 jumlah responden pada kelompok usia 21-25 tahun atau setara dengan 63% dari jumlah keseluruhan, 10 jumlah responden pada kelompok usia 26-30 tahun atau setara dengan 10% dari jumlah keseluruhan, 1 jumlah responden pada kelompok usia 31-35 tahun atau setara dengan 1% dari jumlah keseluruhan, dan 2 jumlah responden pada kelompok usia > 40 tahun atau setara dengan 2% dari jumlah keseluruhan.

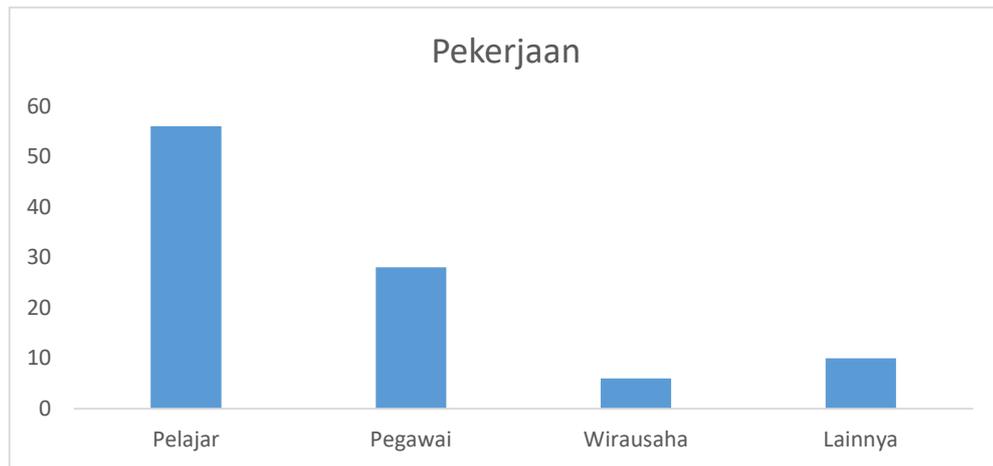
5.2.3 Pekerjaan

Berdasarkan data kuesioner yang telah terkumpul, berikut merupakan jumlah karakteristik kategori pekerjaan pada responden.

Tabel 5.3 Karakteristik Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Responden
Pelajar	56	56%
Pegawai	28	28%

Wirausaha	6	6%
Lainnya	10	10%
Total	100	100%



Gambar 5.4 Persentase Pekerjaan

Berdasarkan tabel 5.3 di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat 56 jumlah respon pada kelompok pelajar atau setara dengan 56% dari jumlah keseluruhan, 28 jumlah responden pada kelompok pegawai atau setara dengan 28% dari jumlah keseluruhan, 6 jumlah responden pada kelompok wirausaha atau setara dengan 6% dari jumlah keseluruhan, dan 10 jumlah responden pada kelompok lainnya (tidak bekerja, ibu rumah tangga, dan lain sebagainya) atau setara dengan 10% dari jumlah keseluruhan.

Dari keseluruhan jumlah 100 responden di atas dapat kita lihat dan simpulkan bahwa mayoritas pengguna aplikasi Shopee di Indonesia merupakan para pelajar.

5.3 ANALISIS MINAT MENGGUNAKAN

Untuk mengetahui minat menggunakan aplikasi Shopee, dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator MM1 yang terdapat di dalam data kuesioner. Sebanyak 51% responden menjawab “Sangat Setuju”, 47% responden menjawab “Setuju”, dan 2% responden lainnya menjawab “Tidak Setuju”.

Melalui hasil data tersebut didapat bahwa mayoritas responden sependapat dengan pernyataan “Saya berminat untuk terus menggunakan aplikasi Shopee dimasa mendatang”, sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas para pengguna berminat untuk terus menggunakan aplikasi Shopee.

5.4 UJI KUALITAS DATA

5.3.1 Uji Validitas Instrumen

Uji validitas merupakan pengujian yang digunakan dalam mengukur atau menentukan apakah suatu data valid atau tidak. Uji validitas ini biasanya dilakukan pada suatu instrument penelitian khususnya instrument yang dibuat dengan menggunakan metode pengambilan data kuesioner. Penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dengan perhitungan nilai r_{tabel} menggunakan *degree of freedom* ($df = n - 2$ ($n =$ jumlah data responden)). Dengan jumlah 100 responden yang digunakan dalam penelitian ini, diperoleh hasil $df = 100 - 2$ adalah 98. Maka $r_{tabel} = 0,1966$.

Tabel 5.4 Tabel R

df	Tingkat Signifikansi Untuk Uji Dua Arah				
	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258

98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211

Variabel yang digunakan dalam uji validitas ini antara lain *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PEU), *Actual Use* (AU), *Perceived Enjoyment* (PE), dan Minat Menggunakan (MM). Berikut di bawah ini dapat dilihat hasil uji validitas pada masing-masing variabel:

Tabel 5.5 Hasil Pengujian Validitas

NO	Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	PU1	0,631	0,1966	Valid
2	PU2	0,747	0,1966	Valid
3	PU3	0,769	0,1966	Valid
4	PU4	0,709	0,1966	Valid
5	PEU1	0,711	0,1966	Valid
6	PEU2	0,711	0,1966	Valid
7	PEU3	0,856	0,1966	Valid
8	PEU4	0,741	0,1966	Valid
9	AU1	0,631	0,1966	Valid
10	AU2	0,690	0,1966	Valid
11	AU3	0,769	0,1966	Valid
12	AU4	0,730	0,1966	Valid
13	PE1	0,777	0,1966	Valid
14	PE2	0,784	0,1966	Valid
15	PE3	0,703	0,1966	Valid
16	PE4	0,727	0,1966	Valid
17	MM1	0,808	0,1966	Valid
18	MM2	0,874	0,1966	Valid
19	MM3	0,826	0,1966	Valid
20	MM4	0,776	0,1966	Valid

Indikator penelitian ini dinyatakan valid apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Dari hasil perhitungan yang didapat seperti yang tertera pada tabel 5.4, dapat dilihat bahwa seluruh indikator yang ada memiliki nilai korelasi $\geq 0,1966$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator yang ada dalam penelitian ini valid.

5.3.2 Uji Realibilitas

Uji realibilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana indikator atau alat pengukur tersebut dapat dipercaya atau diandalkan. Indikator dapat dikatakan reliabel apabila *Cronbach Alpha* (α) $> 0,6$.

Variabel yang digunakan dalam uji realibilitas ini antara lain *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PEU), *Actual Use* (AU), *Perceived Enjoyment* (PE), dan Minat Menggunakan (MM). Berikut di bawah ini dapat dilihat hasil uji realibilitas pada masing-masing variabel:

Tabel 5.6 Hasil Pengujian Realibilitas

NO	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	PU	0,688	Reliabel
2	PEU	0,771	Reliabel
3	AU	0,666	Reliabel
4	PE	0,738	Reliabel
5	MM	0,832	Reliabel

Berdasarkan hasil perhitungan uji realibilitas yang terdapat dalam tabel 5.5, dapat dilihat bahwa seluruh indikator yang ada memiliki nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,6$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator yang terdapat dalam penelitian ini reliabel.

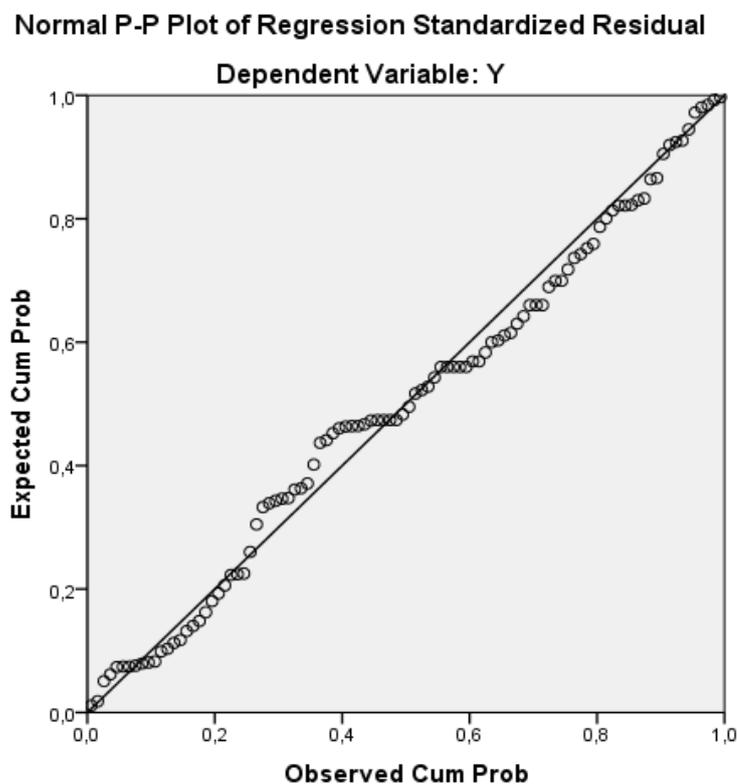
5.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan yang penting sebelum melakukan regresi, dikarenakan model regresi dapat dikatakan model yang baik apabila model tersebut bebas dari gejala-gejala asumsi klasik.

5.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan tahapan pengujian dimana pengujian ini mengukur apakah hasil perhitungan pada indikator yang didapatkan berdistribusi normal atau tidak. Dapat dikatakan baik apabila berdistribusi normal atau mendekati normal.

Penelitian ini menggunakan salah satu alternatif uji normalitas, ialah dengan cara menggunakan *Probability Plot* atau P-Plot seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 5.5 Hasil Uji P-Plot

Cara untuk melihat apakah nilai residual ini normal atau tidak adalah dengan memperhatikan titik-titik *plotting* yang ada pada gambar tersebut. Dapat dikatakan normal apabila titik-titik *plotting* yang ada mengikuti pola garis diagonalnya atau penyebarannya berada tidak jauh dari kisaran area garis diagonal tersebut. Hasil uji pada gambar 5.2 memperlihatkan bahwa titik-titik *plotting* pada pengujian ini menyebar tidak jauh dari kisaran area garis diagonal sehingga dapat dikatakan bahwa hasil data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Selain dengan menggunakan P-Plot, uji normalitas juga dapat dibuktikan dengan menggunakan alternative lain yaitu uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dalam pengujian *Kolmogorov-Smirnov*, hasil yang ada dapat dikatakan normal apabila hasil asumsi signifikan memiliki nilai $> 0,05$. Berikut dibawah ini merupakan hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*:

Tabel 5.7 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,41362415
Most Extreme Differences	Absolute	0,076
	Positive	0,057
	Negative	-0,076
Test Statistic		0,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,174 ^c

Berdasarkan hasil tabel 5.6, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator yang ada pada penelitian ini berdistribusi normal, dikarenakan asumsi signifikan $0,174 > 0,05$.

5.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah ada terjadinya gejala multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Variabel yang digunakan dalam uji multikolinearitas ini antara lain *Perceived Usefulness* total (X1), *Perceived Ease of Use* total (X2), *Actual Use* total (X3), dan *Perceived Enjoyment* total (X4).

Tabel 5.8 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
X1	0,652	1,533
X2	0,564	1,773
X3	0,629	1,590
X4	0,475	2,106

Untuk mengetahui apakah model regresi terdapat gejala multikolinearitas atas tidak, dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflating Factor* (VIF). Dikatakan bebas dari gejala multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00.

Berdasarkan hasil perhitungan yang tertara pada tabel 5.7, dapat dilihat bahwa seluruh *Tolerance* pada variabel yang ada bernilai > 0,10. Begitupula dengan keseluruhan nilai VIF yang terdapat pada tabel memiliki nilai < 10,00. Dari hasil uji tabel di atas dapat kita simpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak memiliki gejala multikolinearitas.

5.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* (variasi) nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika terjadi *variance* berbeda maka disebut heteroskedastisitas, dimana model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

Penelitian ini menggunakan salah satu alternatif uji heteroskedastisitas, ialah dengan cara menggunakan Uji White seperti yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,258 ^a	0,067	0,027	2,85265

Untuk mengetahui apakah model regresi terdapat gejala heteroskedastisitas atas tidak adalah dengan menggunakan rumus n (jumlah sampel) \times R Square, yang berarti $100 \times 0,067 = 6,7$. Kemudian kita akan mencari nilai pada tabel *chi square* dengan menggunakan rumus $Df = k - 1$ (k merupakan jumlah variabel independen) dengan signifikan 0,05, yang berarti $Df = 4 - 1 = 3$. Kemudian didapat hasil nilai pada tabel *chi square* sebesar 7,815.

Tabel 5.10 Chi Square Table

df	0,1	0,05	0,025	0,001	0,001
1	2,705543	3,841459	5,023886	6,634897	7,879439
2	4,605170	5,991465	7,377759	9,210340	10,596635
3	6,251389	7,814728	9,348404	11,344867	12,838156

4	7,779440	9,487729	11,143287	13,276704	14,860259
5	9,236357	11,070498	12,832502	15,086272	16,749602

Dasar pengambilan keputusannya adalah apabila R hitung < nilai *chi square table* maka model regresi dikatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas, dan sebaliknya jika R hitung > nilai *chi square table* maka model regresi dikatakan memiliki gejala heteroskedastisitas. Hasil yang didapat dari model regresi penelitian ini adalah $6,7 < 7,815$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

5.4.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah ada terjadi korelasi antara periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Dikatakan baik apabila model regresi tidak terdapat gejala autokorelasi. Penelitian ini menggunakan salah satu alternatif pada uji autokorelasi, ialah dengan cara menggunakan Uji Durbin Watson seperti yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5.11 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,740 ^a	0,547	0,528	1,443	1,857

Untuk mengetahui apakah terdapat gejala autokorelasi atau tidak, diperlukan tabel Durbin-Watson untuk mencari nilai dU dan dL. Cara mencari menggunakan tabel Durbin-Watson adalah dengan memerhatikan baris tabel paling atas, dimana terdapat k yang merupakan jumlah variabel independen dan kolom n

yang merupakan jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian. Setelah itu maka didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 5.12 Tabel Durbin-Watson

n	k = 1		k = 2		k = 3		k = 4		k = 5	
	dL	dU								
98	1,6504	1,6916	1,6296	1,7128	1,6086	1,7345	1,5872	1,7567	1,5656	1,7795
99	1,6522	1,6930	1,6317	1,7140	1,6108	1,7355	1,5897	1,7575	1,5683	1,7799
100	1,6540	1,6944	1,6337	1,7152	1,6131	1,7364	1,5922	1,7582	1,5710	1,7804
101	1,6558	1,6958	1,6357	1,7163	1,6153	1,7374	1,5946	1,7589	1,5736	1,7809

Tabel 5.13 Hasil Perhitungan Autokorelasi

d	dL	dU	4-dL	4-dU
1,857	1,5922	1,7582	2,4078	2,2418

Dasar pengambilan keputusannya adalah apabila $d < dL$ atau $d > 4-dL$ maka dinyatakan terdapat gejala autokorelasi, apabila $dU < d < 4-dU$ maka dinyatakan tidak terdapat gejala autokorelasi. Namun apabila didapat $dL < d < dU$ atau $4-dU < d < 4-dL$ maka dinyatakan tidak ada kesimpulan. Hasil perhitungan uji autokorelasi pada tabel 5.10 menunjukkan $1,7582 < 1,857 < 2,2418$ yaitu $dU < d < 4-dU$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi.

5.6 ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

a = Konstanta

B = Koefisien Regresi

X = Variabel Independen

Tabel 5.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,153	1,436		-0,803	0,424
	X1	0,501	0,109	0,393	4,601	0,000
	X2	-0,005	0,103	-0,005	-0,052	0,959
	X3	0,345	0,096	0,313	3,595	0,001
	X4	0,237	0,127	0,187	1,869	0,065

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 5.11 dapat diketahui hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1,153 + 0,501 + (-0,005) + 0,345 + 0,237$$

Keterangan:

1. Nilai konstanta adalah sebesar -1,153, menunjukkan jika variabel *Perceived Usefulness* (X1), variabel *Perceived Ease Of Use* (X2), variabel *Actual Use* (X3), dan variabel *Perceived Enjoyment* (X4) adalah 0, maka nilai minat menggunakan pengguna adalah sebesar -1,153.
2. Koefisien B1 bernilai positif sebesar 0,501. Menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan pengguna. Jika variabel *Perceived Usefulness* meningkat maka minat menggunakan akan mengalami peningkatan sebesar 0,501 satuan dengan asumsi variabel independen nilainya tetap.

3. Koefisien B2 bernilai negatif sebesar -0,005. Menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh secara negatif terhadap minat menggunakan pengguna. Jika variabel *Perceived Ease of Use* meningkat maka minat menggunakan akan mengalami penurunan sebesar -0,005 satuan dengan asumsi variabel independen nilainya tetap. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara *Perceived Ease of Use* dengan minat menggunakan, sehingga semakin meningkat *Perceived Ease of Use* maka semakin menurun minat menggunakan pengguna.
4. Koefisien B3 bernilai positif sebesar 0,345. Menunjukkan bahwa *Actual Use* berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan pengguna. Jika variabel *Actual Use* meningkat maka minat menggunakan akan mengalami peningkatan sebesar 0,345 satuan dengan asumsi variabel independen nilainya tetap.
5. Koefisien B4 bernilai positif sebesar 0,237. Menunjukkan bahwa *Perceived Enjoyment* berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan pengguna. Jika variabel *Perceived Enjoyment* meningkat maka minat menggunakan akan mengalami peningkatan sebesar 0,237 satuan dengan asumsi variabel independen nilainya tetap.

5.7 PENGUJIAN HIPOTESIS

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *Perceived Usefulness*, variabel *Perceived Ease Of Use*, variabel *Actual Use*, dan variabel *Perceived Enjoyment* terhadap minat menggunakan aplikasi Shopee di Indonesia.

5.6.1 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Semakin kecil nilai R² maka semakin terbatas pula kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil analisis determinan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.15 Hasil Uji Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,740 ^a	0,547	0,528	1,443

Berdasarkan hasil yang ada pada tabel 5.12 diperoleh R Square sebesar 0,547 atau 54,7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh variabel *Perceived Usefulness*, variabel *Perceived Ease Of Use*, variabel *Actual Use*, dan variabel *Perceived Enjoyment* terhadap minat menggunakan adalah sebesar 54,7% sedangkan sisanya sebesar 45,3% (100% - 54,7%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.6.2 Uji Signifikansi Parsial (T-test)

Uji signifikansi parsial bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel-variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen. Hasil uji *t-test* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.16 Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,153	1,436		-0,803	0,424
	X1	0,501	0,109	0,393	4,601	0,000
	X2	-0,005	0,103	-0,005	-0,052	0,959
	X3	0,345	0,096	0,313	3,595	0,001
	X4	0,237	0,127	0,187	1,869	0,065

Dasar pengambilan keputusan uji t adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel, maka dikatakan terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Namun sebaliknya jika $> 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel, maka dikatakan tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 5.17 Tabel t

df	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731

Untuk mencari nilai t tabel dapat digunakan persamaan $t (\alpha/2 ; n-k-1)$, dimana $\alpha = 0,05$ dan k merupakan jumlah variabel X atau variabel independen. Sehingga didapat t tabel = $t (0,025 ; 95) = 1,98525$.

Berdasarkan hasil uji hipotesis t pada tabel 5.16 di atas, maka dapat disimpulkan beberapa hasil analisis sebagai berikut:

1. Variabel *Perceived Usefulness* (X1).

Nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $4,601 > 1,98525$.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Perceived Usefulness* (X1) memiliki pengaruh terhadap Minat Menggunakan (Y) pengguna.

2. Variabel *Perceived Ease Of Use* (X2).

Nilai sig sebesar $0,959 > 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $-0,052 < 1,98525$.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Perceived Ease Of Use* (X2) tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Menggunakan (Y) pengguna.

3. Variabel *Actual Use* (X3).

Nilai sig sebesar $0,001 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $3,595 > 1,98525$.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Actual Use* (X3) memiliki pengaruh terhadap Minat Menggunakan (Y) pengguna.

4. Variabel *Perceived Enjoyment* (X4).

Nilai sig sebesar $0,065 > 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $1,869 < 1,98525$.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Perceived Enjoyment* (X4) tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Menggunakan (Y) pengguna.

5.6.3 Uji Signifikan Simultan (F-test).

Uji signifikansi simultan bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel-variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Hasil uji *f-test* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.18 Hasil Uji f

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	238,915	4	59,729	28,682	,000 ^b
	Residual	197,835	95	2,082		
	Total	436,750	99			

Dasar pengambilan keputusan uji f adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka dikatakan terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Namun sebaliknya jika $> 0,05$ atau $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka dikatakan tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Tabel 5.19 Tabel f

df	1	2	3	4	5
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31

Untuk mencari nilai f tabel dapat digunakan persamaan $f(k ; n-k)$, dimana k merupakan jumlah variabel X atau variabel independen. Sehingga didapat t tabel $= t(4 ; 96) = 2,47$.

Berdasarkan hasil uji hipotesis f pada tabel 5.14 di atas, didapatkan hasil nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai f hitung sebesar $28,682 > 2,47$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Perceived Usefulness* (X1), variabel *Perceived Ease Of Use* (X2), variabel *Actual Use* (X3), dan variabel *Perceived Enjoyment* (X4) secara simultan memiliki pengaruh terhadap Minat Menggunakan (Y) pengguna.

5.8 PEMBAHASAN

Dalam proses analisis data kusioner, didapatkan hasil bahwa mayoritas pengguna berminat untuk terus menggunakan aplikasi Shopee dimasa mendatang.

Dalam pengujian Hipotesis 1 didapatkan hasil bahwa *Perceived Usefulness* secara signifikan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi Shopee di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan melalui adanya hasil nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $4,601 > t$ tabel $1,98525$. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kemanfaatan atau kegunaan aplikasi Shopee maka akan semakin besar pula minat menggunakan pengguna terhadap penggunaan aplikasi Shopee di Indonesia.

Dalam pengujian Hipotesis 2 didapatkan hasil bahwa *Perceived Ease Of Use* secara signifikan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi Shopee di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan melalui adanya hasil nilai sig sebesar $0,959 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $-0,052 < t$ tabel $1,98525$. Dapat disimpulkan bahwa tingkat kemudahan penggunaan aplikasi Shopee tidak mempengaruhi minat menggunakan pengguna terhadap penggunaan aplikasi Shopee di Indonesia.

Dalam pengujian Hipotesis 3 didapatkan hasil bahwa *Actual Use* secara signifikan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi Shopee di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan melalui adanya hasil nilai sig sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $3,595 > t$ tabel $1,98525$. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pemakaian aktual pengguna pada aplikasi Shopee maka akan

semakin besar pula minat menggunakan pengguna terhadap penggunaan aplikasi Shopee di Indonesia.

Dalam pengujian Hipotesis 4 didapatkan hasil bahwa *Perceived Enjoyment* secara signifikan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi Shopee di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan melalui adanya hasil nilai sig sebesar $0,065 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $1,869 < t \text{ tabel } 1,98525$. Dapat disimpulkan bahwa tingkat kenyamanan pengguna dalam pemakaian aplikasi Shopee tidak mempengaruhi minat menggunakan pengguna terhadap penggunaan aplikasi Shopee di Indonesia.

Dalam pengujian Hipotesis 5 didapatkan hasil bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Actual Use*, dan *Perceived Enjoyment* secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi Shopee di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan melalui adanya hasil nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai f hitung sebesar $28,682 > f \text{ tabel } 2,47$. Dapat disimpulkan bahwa model regresi valid atau diterima dan seluruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yang ada.

Tabel 5.20 Tabel Pembahasan

NO	Variabel	Sig	Hasil Hitung	Hasil Uji
1	<i>Perceived Usefulness</i>	$0,000 < 0,05$	$4,601 > 1,98525$	<i>Perceived Usefulness</i> memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan
2	<i>Perceived Ease Of Use</i>	$0,959 > 0,05$	$-0,052 < 1,98525$	<i>Perceived Ease Of Use</i> tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan

3	<i>Actual Use</i>	0,001 < 0,05	3,595 > 1,98525	<i>Actual Use</i> memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan
4	<i>Perceived Enjoyment</i>	0,065 > 0,05	1,869 < 1,98525	<i>Perceived Enjoyment</i> tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan
5	<i>Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Actual Use, dan Perceived Enjoyment</i>	0,000 < 0,05	28,682 > 2,47	<i>Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Actual Use, dan Perceived Enjoyment</i> secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan