

## BAB V

### HASIL ANALISIS DAN REKOMENDASI

#### 5.1 UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Proses menghitung regresi linear berganda ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS dan output dari perhitungan regresi linear berganda adalah :

**Tabel 5.1** *Output Regression Variables Entered*

<b>Variables Entered/Removed<sup>a</sup></b>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Risiko, Kualitas Website, Kepercayaan <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Output pada Tabel 5.1 menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan dan yang dikeluarkan dari model. Dalam hal ini semua variabel dimasukkan dan metode yang digunakan adalah enter.

**Tabel 5.2** *Output Regression Model Summary*

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,734 <sup>a</sup>	,539	,528	1,60081

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Kualitas Website, Kepercayaan

Output pada Tabel 5.2 menjelaskan tentang nilai korelasi ganda (R), koefisien determinasi (R Square), koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R Square) dan ukuran kesalahan prediksi (Std Error of the estimate).

**Tabel 5.3 Output Regression ANOVA**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	391,960	3	130,653	50,985	,000 <sup>b</sup>
	Residual	335,700	131	2,563		
	Total	727,659	134			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Kualitas Website, Kepercayaan

Pada Tabel Anova ini menjelaskan pengujian secara bersama-sama (uji F), sedangkan signifikansi mengukur tingkat signifikansi dari uji F, ukurannya jika signifikansi kurang dari 0,05 maka ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 5.4 Output Regression Coefficients**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,932	1,249		,747	,457
	Kualitas Website	,281	,059	,376	4,752	,000
	Kepercayaan	,201	,075	,220	2,693	,008
	Persepsi Risiko	,332	,086	,278	3,864	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Output pada tabel 5.4 menjelaskan tentang uji t yaitu uji secara parsial, sedangkan signifikansi mengukur tingkat signifikansi dari uji t, ukurannya jika signifikansi kurang dari 0,05 maka ada pengaruh secara parsial antara variabel

independen terhadap variabel dependen. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.5

**Tabel 5.5 Rangkuman Tabel Regresi**

Variabel	Koefisien Regresi	Thitung	Signifikasi
Konstanta	0,932	0,747	0,457
X1	0,281	4,752	0,000
X2	0,201	2,693	0,008
X3	0,332	3,864	0,000
Fhitung = 50,985 R2 = 0,539			

## 5.2 PROSEDUR ANALISIS REGRESI BERGANDA

Pengujian yang dilakukan pada analisis Regresi Linear Berganda yaitu uji F dan uji T. Langkah analisis Regresi dan prosedur pengujiannya sebagai berikut :

### 5.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linear berganda tiga variabel independent adalah  $b_1 = 0,281$   $b_2 = 0,201$  dan  $b_3 = 0,332$  Nilai – nilai pada output kemudian dimasukkan kedalam persamaan regresi linear berganda adalah :

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

$$y = 0,932 + 0,281 x_1 + 0,201 x_2 + 0,332 x_3$$

(  $y$  adalah variabel dependen yang diramalkan,  $a$  adalah konstanta,  $b_1, b_2$ , dan  $b_3$  adalah koefisien regresi, dan  $x_1, x_2$ , dan  $x_3$  adalah variabel *independen* ).

Keterangan dari model regresi linear di atas adalah :

- a. Nilai (konstanta) menunjukkan nilai sebesar 0,932  
artinya jika nilai variabel independen (bebas) adalah nol, maka variabel dependen (terikat) bernilai 0,932. Dalam penelitian ini, jika pengaruh kualitas *website*, kepercayaan dan persepsi risiko bernilai 0 (nol), maka tingkat keputusan pembelian bernilai sebesar 0,932%.
- b. Nilai koefisien regresi variabel kualitas *website* ( $b_1$ ) = 0,281  
artinya jika nilai kualitas *website* ditingkatkan sebesar 0,1 satuan, maka tingkat keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,281 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan ( $b_2$ ) = 0,201  
artinya jika nilai kepercayaan ditingkatkan sebesar 0,1 satuan maka tingkat keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,201 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- d. Nilai koefisien regresi variabel persepsi risiko ( $b_3$ ) = 0,332 artinya jika nilai persepsi risiko ditingkatkan sebesar 0,1 satuan maka tingkat keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,332 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- e. Analisis Koefisien Determinasi  
Analisis R<sup>2</sup> (R Square) atau Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Dari output tabel 5.2 *Model Summary* dapat diketahui nilai R<sup>2</sup> (*Adjusted R*

*Square*) adalah 0,539. Jadi sumbangan pengaruh dari variabel independen yaitu 53,9% sedangkan sisanya sebesar 46,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

f. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Prosedur pengujiannya sebagai berikut :

a) Menentukan hipotesis

$H_0$  : Variabel Kualitas *Website*, *Kepercayaan* dan Persepsi Risiko secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

$H_1$  : Variabel Kualitas *Website*, *Kepercayaan* dan Persepsi Risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

b) Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan 0,05.

c) Menentukan F hitung dan F tabel

- F hitung adalah 50,985
- F tabel dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05

$$\begin{aligned} F \text{ tabel} &= f(k; n-k) \\ &= f(3; 132) \\ &= 2,67 \end{aligned}$$

Keterangan : n = Sampel, k = Jumlah Variabel,  $\alpha = 0,05$  = tingkat kepercayaan = 95%

Tabel 5.6 Titik Persentase Distribusi F (Prof. Dr. Sugiyono, 2017)

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05										
Df untuk penyebut (N2)	Df untuk pembilang (N1)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
120	3.92	3.07	2.68	2,45	2,29	2,18	2,09	2,02	1,96	1,91
121	3.92	3.07	2.68	2,45	2,29	2,17	2,09	2,02	1,96	1,91
122	3.92	3.07	2.68	2,45	2,29	2,17	2,09	2,02	1,96	1,91
123	3.92	3.07	2.68	2,45	2,29	2,17	2,08	2,01	1,96	1,91
124	3.92	3.07	2.68	2,44	2,29	2,17	2,08	2,01	1,96	1,91
125	3.92	3.07	2.68	2,44	2,29	2,17	2,08	2,01	1,96	1,91
126	3.92	3.07	2.68	2,44	2,29	2,17	2,08	2,01	1,95	1,91
127	3.92	3.07	2.68	2,44	2,29	2,17	2,08	2,01	1,95	1,91
128	3.92	3.07	2.68	2,44	2,29	2,17	2,08	2,01	1,95	1,91
129	3.91	3.07	2.67	2,44	2,28	2,17	2,08	2,01	1,95	1,90
130	3.91	3.07	2.67	2,44	2,28	2,17	2,08	2,01	1,95	1,90
131	3.91	3.07	2.67	2,44	2,28	2,17	2,08	2,01	1,95	1,90
132	3.91	3.06	2.67	2,44	2,28	2,17	2,08	2,01	1,95	1,90
133	3.91	3.06	2.67	2,44	2,28	2,17	2,08	2,01	1,95	1,90
134	3.91	3.06	2.67	2,44	2,28	2,17	2,08	2,01	1,95	1,90
135	3.91	3.06	2.67	2,44	2,28	2,17	2,08	2,01	1,95	1,90

d) Pengambilan keputusan

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

e) Kesimpulan

Dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} (50,985) > F_{tabel} (2,67)$  maka  $H_0$  ditolak. Jadi kesimpulannya yaitu Kualitas *Website*, *Kepercayaan* dan *Persepsi Risiko* secara bersama - sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## g. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

**Tabel 5.7 Titik Persentase Distribusi t (Prof. Dr. Sugiyono, 2017)**

<b>Pr</b>	<b>0.25</b>	<b>0.10</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.001</b>
<b>Df</b>	<b>0.50</b>	<b>0.20</b>	<b>0.10</b>	<b>0.050</b>	<b>0.02</b>	<b>0.010</b>	<b>0.002</b>
<b>121</b>	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
<b>122</b>	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
<b>123</b>	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
<b>124</b>	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
<b>125</b>	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
<b>126</b>	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
<b>127</b>	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
<b>128</b>	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
<b>129</b>	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
<b>130</b>	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
<b>131</b>	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
<b>132</b>	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
<b>133</b>	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
<b>134</b>	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
<b>135</b>	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
<b>136</b>	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
<b>137</b>	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
<b>138</b>	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
<b>139</b>	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
<b>140</b>	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
<b>160</b>	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Prosedur pengujiannya sebagai berikut :

a) Pengujian b1 (Kualitas *Website*)

- Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan 0,05

- Menentukan t hitung dan t tabel

T hitung adalah 4,752, T tabel dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi T table =  $t(a/2 ; n-k-1)$

$$= t(0,025 ; 131)$$

$$= 1,979$$

Keterangan : n = sampel

k = jumlah Variabel

a = 0,05 = tingkat kepercayaan = 95%

- Pengambilan keputusan

- t hitung < t Tabel jadi H0 diterima

- t hitung > t Tabel jadi H0 ditolak

- Kesimpulan

Dapat diketahui bahwa t hitung (4,752) > t tabel (1,979) jadi H0 ditolak, kesimpulannya yaitu variabel Kualitas *Website* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

b) Pengujian b2 (Kepercayaan)

- Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan 0,05

- Menentukan t hitung dan t tabel



T hitung adalah 2,693, T tabel dapat dicari pada tabel statistik pada

signifikansi T table =  $t(a/2 ; n-k-1)$

$$= t(0,025 ; 131)$$

$$= 1,979$$

Keterangan : n = sampel

k = jumlah Variabel

a = 0,05 = tingkat kepercayaan = 95%

- Pengambilan keputusan

- t hitung < t Tabel jadi H0 diterima

- t hitung > t Tabel jadi H0 ditolak

- Kesimpulan

Dapat diketahui bahwa t hitung (2,693) > t tabel (1,979) jadi H0 ditolak, kesimpulannya yaitu variabel Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian

c) Pengujian b3 (Persepsi Risiko)

- Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan 0,05

- Menentukan t hitung dan t tabel

T hitung adalah 3,864, T tabel dapat dicari pada tabel statistik pada

signifikansi T table =  $t(a/2 ; n-k-1)$

$$= t(0,025 ; 131)$$

$$= 1,979$$

Keterangan : n = sampel

$k$  = jumlah Variabel

$\alpha = 0,05$  = tingkat kepercayaan = 95%

- Pengambilan keputusan

- $t_{hitung} < t_{Tabel}$  jadi  $H_0$  diterima

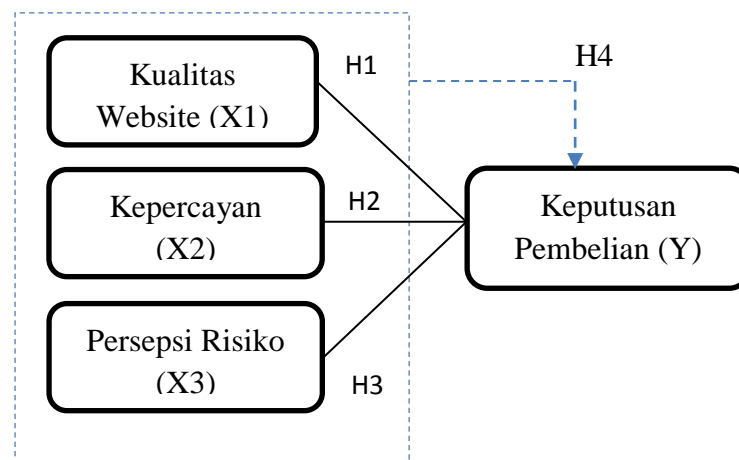
- $t_{hitung} > t_{Tabel}$  jadi  $H_0$  ditolak

- Kesimpulan

Dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} (3,864) > t_{tabel} (1,979)$  jadi  $H_0$  ditolak, kesimpulannya yaitu variabel Persepsi Risiko berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

#### h. Hipotesis Penelitian

Peneliti merumuskan variabel independen dan variabel dependen dengan model pada Gambar 5.1 :



**Gambar 5.1 Hubungan Antar Variabel**

Pada gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Variabel X1 (Kualitas Website) berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Y (Keputusan Pembelian)
- b) Variabel X2 (Kepercayaan) berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Y (Keputusan Pembelian)
- c) Variabel X1 (Persepsi Risiko) berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Y (Keputusan Pembelian)
- d) Variabel X1,X2,X3 (Kualitas *Website*, Kepercayaan, Persepsi Risiko) berpengaruh secara simultan terhadap Variabel Y (Keputusan Pembelian).

### **5.3 VARIABEL YANG PALING DOMINAN MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai variabel Kualitas *Website* lebih besar dibandingkan variabel Kepercayaan dan variabel Persepsi Risiko, dengan begitu Kualitas *Website* memiliki pengaruh yang lebih besar. yang dapat dilihat dari nilai t hitung variabel Kualitas *Website* sebesar 4,752 dibandingkan nilai t hitung variabel Kepercayaan sebesar 2,693 dan variabel Persepsi Risiko sebesar 3,864.

#### **5.4 REKOMENDASI PADA WEBSITE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan terhadap variabel kualitas *Website*, Kepercayaan dan Persepsi Risiko. didapat variabel Kualitas *Website* yang memiliki nilai signifikan berpengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian. Hal itu karena semua indikator yang digunakan dalam penelitian untuk kualitas website bisa mempengaruhi, membuat konsumen percaya dan mau untuk melakukan pembelian. dengan indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu 1) Mudah dipelajari dan dioperasikan 2) Tampilan Menarik 3) Informasi Akurat 4) Reputasi Baik 5) Keamanan Dalam Berinteraksi 6) Kemudahan berkomunikasi dengan perusahaan. Dengan adanya semua indikator diatas dalam suatu website tentu akan lebih meningkatkan kepercayaan konsumen dan bisa mengurangi kekhawatiran konsumen akan persepsi resiko.

Diharapkan kepada pengelola agar dapat memastikan bahwasanya tampilan atau desain yang ada pada website itu user friendly, mudah digunakan, tertata dengan rapi dan menarik. Informasi yang ditampilkan atau tertera pada *website* yang menjelaskan detail barang agar dapat lebih diperhatikan dan lebih mendetail. Sehingga dapat memberikan kesan positif bagi pengguna, pengguna/pelanggan yang akan membeli tidak lagi bertanya-tanya akan produk yang akan dibeli. Hal ini juga meningkatkan pembelian pada shopee.