

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL

A. Hasil Penelitian

1. Profil PT Shopee Internasional Indonesia

Gambar 3

Logo shopee



Sumber : www.shopee.com.id

Shopee adalah salah satu *marketplace* milik Garena (yang berganti nama menjadi SEA Group). SEA group ini berasal dari singapura yang beralamat di Fusionopolis Place yang Bisnis mobile marketplace C2C (customer to customer) yang dikelola oleh shopee yang mudah diterima oleh semua lapisan masyarakat di berbagai negara salah satunya indonesia. Shopee tersebar di berbagai negara yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam dan Filipina. Di Indonesia shopee beralamat di Wisma 77 Tower 2 Lantai 11, Jalan Letjen S.Parman Kav 77 Slipi, Palmerah-Jakarta Barat 11410 yang sebagai kantor pusat shopee di Indonesia.

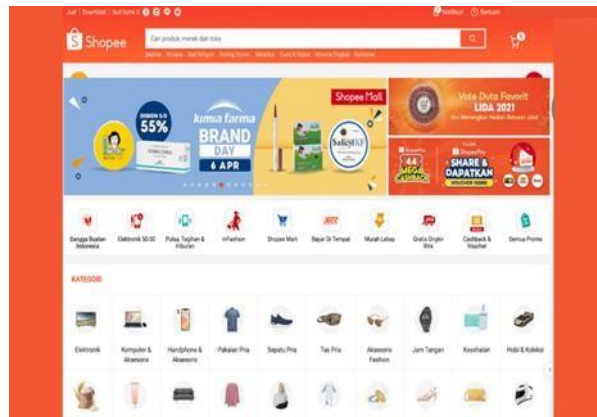
Shopee indonesia resmi diperkenalkan kepada publik pada desember 2015 dibawah naungan PT shopee internasional indonesia. Semenjak diluncurkan, shopee indonesia mengalami pertumbuhan yang begitu pesat, pada oktober 2017 aplikasi ini telah diunduh lebih dari 40 juta pengguna shopee di indonesia. Shopee memperkenalkan

pengalaman berbelanja online (berbelanja yang benar-benar baru). Shopee sangat membantu penjual dalam menjual barang-barang dagangannya dengan mudah dan shopee juga memberikan fasilitas kepada penjual dalam pembayaran yang aman dan layanan logistik terintegrasi. Shopee menduduki tempat pertama di google *play store* kategori belanja online, dengan tag line “belanja online di indonesia”, gratis ongkos kirim dan jaminan harga terjangkau termurah dapat membangkitkan minat calon konsumen untuk menggunakannya.

Shopee indonesia sebagai sarana dalam jual beli secara online yang menyediakan berbagai produk barang untuk menunjang kebutuhan sehari-hari yang mencakup elektronik, komputer dan aksesoris, buku dan alat tulis, handphone dan aksesoris, pakaian wanita, pria dan anak-anak, sepatu wanita, pria dan anak-anak, produk otomotif, aksesoris fashion, jam tangan, kesehatan, hobi dan koleksi, makanan dan minuman, peralatan olahraga, skincare dan bodycare, alat perlengkapan rumah tangga, alat elektronik rumah, perlengkapan dapur, kebutuhan sembako, produk kostum, fashion muslim, fashion bayi dan anak – anak, fashion ibu dan bayi, tas wanita, pria dan anak – anak, perlengkapan gaming, peralatan ibadah paket kado/ hampers hingga voucher belanja. berikut tampilan yang terdapat pada website shopee:

Gambar 4

Tampilan Beranda Shopee



Sumber : Www.Shopee.Com.Id

2. Investasi PT shopee internasional Indonesia

Sebagai anak perusahaan SEA group, shopee Indonesia didukung penuh secara finansial oleh SEA group. Untuk wilayah Indonesia sendiri, shopee memberikan dukungan dana dari SEA dan modal ventura, seperti *Farallon Capital Management*, *Hillhous Capital*, *GDP Venture*, *JG Summit Holdings Inc* untuk pentaris pasar pada marketplace Indonesia.

3. Sistem Pembayaran Dan Pengiriman Barang

Shopee indonesia mewujudkan sistem layanan jual beli yang interatif antara penjual dan pembeli melalui fitur live chat. Shopee memberikan dukungan kepada beberapa sistem pilihan dalam melakukan pembayaran belanja pada marketplace shopppe yakni melalui Tranfer Bank, Indomaret, Alfamart, Kredivo Dan Kartu Kredit, COD, Spaylater, Virtual Account, BRI Direct Debit, Oneklik, Mitra Shopee, Agen Brilink, BRI Agen46, Dan Akulaku Paylater. Selain itu terdapat dompet elektronik "Shopeepay" yang dapat menyimpan

semua dana dari penjualan atau pembelian. Dengan adanya banyak metode sistem pembayaran, ini sangat memudahkan konsumen untuk melakukan pilihan dalam membayar belanjaan. Shopee indonesia juga memiliki fitur koin shopee, yang merupakan mata uang virtual yang diperoleh dengan membeli barang dengan promosi tertentu melalui sistem cashback yang nantinya koin shopee ini bisa ditukar dengan diskon secara langsung saat melakukan pembelian barang berikutnya.

Untuk memastikan barang dikirim oleh penjual shopee sampai pada konsumen atau pembeli dengan aman cepat, dan sesuai lokasi yang berikan konsumen. Shopee indonesia menerapkan sistem garasi shopee sebagai jaminan, jika barang yang dibeli tidak sampai pada pembeli uang akan dikembalikan 100% kepada pembeli. Terdapat fungsi pelacakan pesanan yang nantinya dapat digunakan oleh pembeli dan penjual untuk menemukan lokasi paket yang telah dikirim, sehingga dapat terus mendekteksi produk yang telah dikirim agar produk yang dikirim sampai kepada pembeli dalam keadaan aman. Shopee indonesia mendukung beberapa jasa kirim yakni Shopee Xpress Instant, Gosend Instant, GrabExpress, Anteraja Sameday, JNE Yes, Sicepat BEST, J &T Express, Pos Kilat, Ninja Xpress, Id Express, Sentral Cargo, Indopaketa, Alfatrex, Agen Shopee. Dengan adanya metode pengiriman barang, ini memudahkan penjual untuk mengirim barang – barang produknya kepada pembeli dengan cepat, aman dan sesuai lokasi yang diberikan. Selain itu pembeli juga mengetahui bahwa penjual mengirim barang yang di belanja melalui

salah satu metode pengiriman barang yang sudah disediakan oleh shopee.

4. Karakteristik responden

Karakteristik responden penelitian ini merupakan warga masyarakat kota Malang (mahasiswa, pelajar, ibu rumah tangga, pegawai, wiraswasta, wirausaha) yang sebagai pengguna marketplace shopee. Selain itu, karakteristik responden dari penelitian ini terdapat identitas dari responden yang meliputi usia, jenis kelamin dan tingkat pendidikan. Hasil tersebut telah disajikan dalam bentuk diagram dan tabel di bawah ini

a. Karakteristik berdasarkan usia responden

Usia merupakan tingkat umur seseorang, adapun retan usia responden dalam penelitian ini yaitu responden yang berusia 12 – 25 tahun, usia 26 – 35 tahun dan usia 36 – 46 tahun. Hal ini bertujuan agar informasi yang diperoleh lebih beragam dan mewakili kelompok usia yang dianggap mengetahui informasi terkait keputusan pembelian online pada situs e-commerce shopee

Tabel 2

Karakteristik Usia Responden

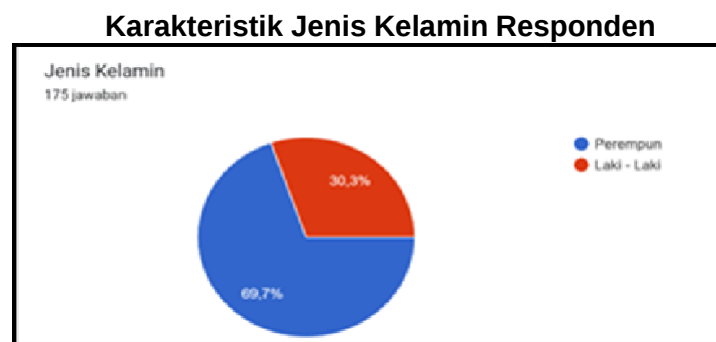
No	Usia	Jumlah	Presentase %
1	Usia 12 – 25 tahun	36	19,4%
2	Usia 26 – 35 tahun	102	60,5%
3	Usia 36 – 46 tahun	37	20,1%
	Total	175	100%

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas ini, karakteristik responden berdasarkan usia dari 12 – 25 tahun sebanyak 36 orang atau 19,4% usia 26 – 35 tahun sebanyak 102 orang atau 60,5% dan usia 36 – 46 tahun sebanyak 37 orang atau 20,1 %. Dapat disimpulkan bahwa jumlah responden terbanyak untuk usia 26 – 35 tahun, hal ini dapat diketahui bahwa usia ini lebih suka berbelanja melalui online.

- b. Karakteristik berdasarkan Jenis kelamin responden

Gambar 5



Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan data yang diolah, dari total keseluruhan 175 responden terdapat 53 orang yang berjenis kelamin laki – laki dengan presentase 30,3% dan sebanyak 122 orang berjenis kelamin perempuan dengan presentase 69,7%. jadi dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh masyarakat yang merupakan pengguna shopee aktif yang berjenis kelamin perempuan

c. Karakteristik berdasarkan pekerjaan responden

Tabel 3**Karakteristik Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pegawai negeri	19	14,1%
2	Pegawai swasta	20	15,4 %
3	Wirausaha	30	22,5%
5	Mahasiswa	76	30,5 %
6	Yang lainnya (ibu rumah tangga, dan lain – lain	27	17,5%
	Total	177	100%

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3 tersebut menunjukkan bahwa responden yang paling dominan dalam penelitian ini adalah mahasiswa dengan jumlah persentasenya sebesar 30,5%, yang berikut wirausaha sebesar 22,5%, bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 15,4%, dan yang lainnya seperti ibu rumah tangga dan lain – lain sebanyak 17,5 % dan responden paling sedikit yaitu pegawai negeri sebanyak 14,1 %

5. Deskripsi variabel penelitian

Penelitian ini memiliki tiga (3) variabel bebas atau X (kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk) dan satu (1) variabel terikat atau Y (keputusan pembelian). Indikator

pada setiap variabel merupakan interpretasi dari item pertanyaan yang ada pada kuesioner. Berikut adalah deskripsi variabel penelitian

a. Deskripsi variabel kepercayaan konsumen (X1)

Berikut ini adalah distribusi dari variabel kepercayaan konsumen dengan beberapa item pertanyaan yang disesuaikan dengan indikator yang dimiliki oleh kepercayaan konsumen yang ada dalam penelitian ini untuk indikator pertama X1.P1 tentang jaminan kepuasan yang diberikan oleh *situs e-commerce* shopee. X1.P2 produk yang anda pesan melalui *situs e-commerce* shopee sesuai dengan harapan. Untuk pernyataan X1.P3 pihak penjual pada *situs e-commerce* shopee selalu mengutamakan kejujuran dalam menjual barang dagangannya. Pernyataan X1.P4 pihak penjual memenuhi kebutuhan anda. Untuk pernyataan X1.P5 *situs e-commerce* shopee dapat dipercaya. Pernyataan X1.P6 *situs e-commerce* shopee memberikan jaminan keamanan privasi anda. Untuk pernyataan X1.P7 *situs e-commerce* shopee berkompeten dalam mengirim produk dalam waktu yang telah ditentukan.

Keterangan :

- STS = Sangat tidak setuju
- TS = Tidak setuju
- KS = Kurang setuju
- S = Setuju
- SS = Sangat setuju

Tabel 4

Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepercayaan Konsumen

Item Pertanyaan	Tanggapan Responden										Jumlah		Mean
	STS		TS		KS		S		SS		Jumlah	%	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
x1p1	7	4%	9	5,1%	32	18,3%	75	42,9%	52	29,7%	175	100%	3,99
x1p2	7	4%	10	5,7%	31	17,7%	69	39,4%	58	33,1%	175	100%	4,01
x1p3	10	5,1%	10	5,7%	38	21,7%	73	41,7%	44	25,1%	175	100%	3,86
x1p4	6	3,4%	9	5,1%	18	10,3%	59	33,7%	83	47,4%	175	100%	4,25
x1p5	6	3,4%	7	4%	27	15,4%	82	46,9%	53	30,3%	175	100%	4,03
x1p6	3	1,7%	9	5,1%	22	12,6%	67	38,3%	74	42,3%	175	100%	4,19
x1p7	5	2,9%	14	8%	31	17,7%	75	42,9%	50	28,6%	175	100%	3,93
Grand Mean													4,04

Sumber :Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat terlihat bahwa dari 175 reponden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan mengenai jawaban responden tentang variabel X1 kepercayaan konsumen dengan item pernyataan X1.1 bahwa *situs e-commerce shopee* cukup memberikan jaminan kepuasan kepada anda. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 52 responden dengan presentase 29,7%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 75 responden dengan presentase 42,9%, untuk responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 32 orang dengan presentase 18,3%, untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 9 orang dengan presentase 5,1% dan ada 7 responden menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 4%. Secara keseluruhan untuk

item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 3,99. Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden cenderung berpendapat setuju dengan *situs e-commerce* shopee yang memberikan jaminan kepuasan.

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel kepercayaan konsumen (X1) dengan item pertanyaan X1.2 bahwa produk yang dipesan melalui *situs e-commerce* shopee sesuai dengan harapan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 58 orang dengan presentase 33,1%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 69 orang dengan presentase 39,4%, ada 31 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 17,7%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 10 orang dengan presentase 5,7% dan ada 7 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 4%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,01. Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden cenderung berpendapat setuju dengan *situs e-commerce* shopee yang mengirim produk sesuai pesanan dan sesuai dengan harapan.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 175 responden responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan

mengenai jawaban responden tentang variabel kepercayaan konsumen (X1) dengan item pertanyaan X1.3 bahwa pihak penjual pada *situs e-commerce* shopee selalu mengutamakan kejujuran dalam menjual barang dagangannya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang dengan presentase 25,1%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 73 orang dengan presentase 41,7%, ada 38 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 21,7%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 10 orang dengan presentase 5,7% dan ada 10 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 5,7%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 3,86. Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden cenderung berpendapat setuju dengan *situs e-commerce* shopee selalu mengutamakan kejujuran dalam menjual barang dagangannya.

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel kepercayaan konsumen (X1) dengan item pertanyaan X1.4 bahwa pihak penjual pada *situs e-commerce* shopee memenuhi kebutuhan anda. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 83 orang dengan presentase 47,4%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 59 orang dengan presentase

33,7%, ada 18 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 10,3%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 9 orang dengan presentase 5,1% dan ada 6 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 3,4%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,25 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden berpendapat sangat setuju dengan *situs e-commerce* shopee yang mengirim produk sesuai pesanan dan sesuai dengan harapan.

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel kepercayaan konsumen (X1) dengan item pertanyaan X1.5 bahwa *situs e-commerce* shopee dapat dipercaya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 53 orang dengan presentase 30,3%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 82 orang dengan presentase 46,9%, ada 27 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 15,4%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang dengan presentase 4% dan ada 6 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 3,4%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,03 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang

telah disebarkan bahwa responden cenderung berpendapat setuju dengan *situs e-commerce* shopee dapat dapat dipercaya.

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel kepercayaan konsumen (X1) dengan item pertanyaan X1.6 bahwa *situs e-commerce* shopee menawarkan jaminan keamanan privasi anda. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 74 orang dengan presentase 42,3%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 67 orang dengan presentase 38,3%, ada 22 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 12,6%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 9 orang dengan presentase 5,1% dan ada 3 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,7%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,19 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden berpendapat sangat setuju dengan *situs e-commerce* shopee menawarkan jaminan keamanan privasi anda.

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel kepercayaan konsumen (X1) dengan item pertanyaan X1.7 bahwa *situs e-commerce* shopee berkompeten dalam mengirim produk dalam waktu yang telah

ditentukan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 50 orang dengan presentase 28,6%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 75 orang dengan presentase 42,9%, ada 31 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 17,7%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 14 dengan presentase 8% dan ada 5 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2,9%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 3,39 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden cenderung berpendapat setuju dengan *situs e -commerce* shopee berkompeten dalam mengirim produk dalam waktu yang telah ditentukan

b. Deskripsi variabel kualitas pelayanan (X2)

Berikut ini adalah distribusi dari variabel kualitas pelayanan dengan beberapa item pertanyaan yang disesuaikan dengan indikator yang dimiliki oleh kualitas pelayanan yang ada dalam penelitian ini untuk indikator pertama X2.P1 tentang *situs e -commerce* shopee memberikan pelayanan yang baik kepada anda saat berbelanja. X2.P2 *situs e -commerce* memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan memberikan informasi yang akurat dan jelas. X2.P3 *situs e -commerce* shopee memberikan pelayanan dengan kejujuran dan sikap ramah dalam proses transaksi melalui aplikasi. Pernyataan X2.P4 pelayanan dan bahasa yang digunakan dalam website menyajikan keramahan

bagi anda. Untuk pernyataan X2.P5 *situs e-commerce* shopee paham mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga nyaman bagi pelanggan dalam pengoperasian aplikasi. Pernyataan X2.P6 penyajian tampilan website dan aplikasi yang baik serta menarik untuk digunakan dan dipahami oleh pelanggan.

Tabel 5
Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan

Item Pertanyaan	Tanggapan Responden										Jumlah		Mean
	STS		TS		KS		S		SS		Jumlah	%	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X2p1	6	3,4%	11	6.3%	19	10,9%	81	46,3%	58	33,1%	175	100%	4,07
X2p2	6	3.4%	6	3,4%	33	18,9%	67	38,3%	63	36%	175	100%	4,06
X2p3	5	2,9%	9	5,1%	23	13,1%	78	44,6%	60	34,3%	175	100%	4,10
X2p4	4	2,3%	8	4,6%	20	11,4%	66	37,7%	77	44%	175	100%	4,21
X2p5	3	1,7%	9	5,1%	17	9,7%	77	44%	69	39,4%	175	100%	4,19
X2p6	4	2,3%	8	4,6%	11	6,3%	72	41,1%	80	45,7%	175	100%	4,29
Grand mean													4,15

Sumber : Data primer yang diolah,2022

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel kualitas pelayanan (X2) dengan item pertanyaan X2.1 *situs e-commerce* shopee memberikan pelayanan yang baik kepada anda saat berbelanja. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 58 orang dengan presentase 33,1%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 81 orang dengan presentase 46,3%, ada 19 responden yang menjawab kurang setuju dengan

presentase 10,9%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 11 orang dengan presentase 6,3% dan ada 6 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 3,4%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,07 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden cenderung berpendapat setuju dengan *situs e-commerce* shopee memberikan pelayanan yang baik kepada anda saat berbelanja.

Dari tabel 5 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel kualitas pelayanan (X2) dengan item pertanyaan X2.2 *situs e-commerce* shopee memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan memberikan informasi yang akurat dan jelas. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 63 orang dengan presentase 36%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 67 orang dengan presentase 38,3%, ada 33 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 18,9%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang dengan presentase 3,4% dan ada 6 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 3,4%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,06 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden cenderung berpendapat setuju dengan *situs e-commerce* shopee memberikan

pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan memberikan informasi yang akurat dan jelas.

Dari tabel 5 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel kualitas pelayanan (X2) dengan item pertanyaan X2.3 *situs e-commerce shopee* memberikan pelayanan dengan kejujuran dan sikap ramah dalam proses transaksi melalui aplikasi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 60 orang dengan presentase 34,3%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 78 orang dengan presentase 44,6%, ada 23 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 13,1%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 9 orang dengan presentase 5,1% dan ada 5 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2,9%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,10 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden cenderung berpendapat setuju dengan *situs e-commerce shopee* memberikan pelayanan dengan kejujuran dan sikap ramah dalam proses transaksi melalui aplikasi.

Dari tabel 5 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel kualitas pelayanan (X2) dengan item pertanyaan X2.4 pelayanan dan bahasa yang digunakan dalam website menyajikan keramahan bagi anda. Hasil tersebut

menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 77 dengan presentase 44%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 66 orang dengan presentase 37,7%, ada 20 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 11,4%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang dengan presentase 4,6% dan ada 4 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2,3%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,21 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden berpendapat sangat setuju dengan pelayanan dan bahasa yang digunakan dalam website menyajikan keramahan bagi anda.

Dari tabel 5 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel kualitas pelayanan (X2) dengan item pertanyaan X2.5 *situs e -commerce shopee* paham mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga nyaman bagi pelanggan dalam pengoperasian aplikasi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 69 orang dengan presentase 39,4%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 77 orang dengan presentase 44%, ada 17 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 9,7%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 9 orang dengan presentase 5,1% dan ada 3 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,7%. Secara

keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,19 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden cenderung berpendapat setuju dengan *situs e-commerce* shopee paham mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga nyaman bagi pelanggan dalam pengoperasian aplikasi.

Dari tabel 5 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel kualitas pelayanan (X2) dengan item pertanyaan X2.6 penyajian tampilan website dan aplikasi yang baik serta menarik untuk digunakan dan dipahami oleh pelanggan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 80 orang dengan presentase 45,7%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 72 orang dengan presentase 41,1%, ada 11 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 6,3%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang dengan presentase 4,6% dan ada 4 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2,3%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,29 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden berpendapat sangat setuju dengan penyajian tampilan website dan aplikasi yang baik serta menarik untuk digunakan dan dipahami oleh pelanggan.

c. Deskripsi variabel keamanan produk (X3)

Berikut ini adalah distribusi dari variabel keamanan produk dengan beberapa item pertanyaan yang disesuaikan dengan indikator yang dimiliki oleh keamanan produk yang ada dalam penelitian ini untuk indikator pertama X3.P1 tentang *situs e-commerce shopee menyediakan invoice*, dan tambahan perlengkapan lainnya yang mampu untuk digunakan sebagai pencegahan serta perlindungan terhadap kerusakan produk. X3.P2 *situs e-commerce shopee melakukan pengiriman sesuai pesanan anda*. X3.P3 *situs e-commerce shopee melakukan Kesesuaian jumlah produk barang yang dikirim sesuai dengan pesanan anda*. Pernyataan X3.P4 *situs e-commerce shopee dapat memberikan jaminan keamanan transaksi atas produk*. Untuk pernyataan X3.P5 *situs e-commerce shopee memberikan kode dalam pembuatan akun untuk menjaga keamanan data pengguna aplikasi shopee*. Pernyataan X3.P6 *situs e-commerce shopee menawarkan jaminan keamanan privasi*.

Tabel 6

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan Produk

Item Pertanyaan	Tanggapan Responden										Jumlah		Mean
	STS		TS		KS		S		SS		Jumlah	%	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X3p1	6	3,4%	16	9,1%	25	14,3%	76	43,4%	52	29,7%	175	100%	3,95
X3p2	3	1,7%	8	4,6%	29	16,6%	61	34,9%	74	42,3%	175	100%	4,14
X3p3	4	2,3%	5	2,9%	22	12,6%	72	41,1%	72	41,1%	175	100%	4,20
X3p4	8	4,6%	6	3,4%	28	16%	70	40%	63	36%	175	100%	4,03
X3p5	3	1,7%	6	3,4%	14	8%	67	38,3%	85	48,6%	175	100%	4,31
X3p6	4	2,3%	9	5,1%	17	9,7%	70	40%	75	42,9%	175	100%	4,19
Grand mean													4,04

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel keamanan produk (X3) dengan item pertanyaan X3.1 *situs e-commerce shopee menyediakan invoice*, dan tambahan perlengkapan lainnya yang mampu untuk digunakan sebagai pencegahan serta perlindungan terhadap kerusakan produk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 52 orang dengan presentase 29,7%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 76 orang dengan presentase 43,4%, ada 25 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 14,3%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 16 orang dengan presentase 9,1% dan ada 6 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 3,4%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 3,39 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden cenderung berpendapat setuju dengan *situs e-commerce shopee* yang menyediakan invoice, dan tambahan perlengkapan lainnya yang mampu untuk digunakan sebagai pencegahan serta perlindungan terhadap kerusakan produk.

Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel keamanan produk (X3) dengan item pertanyaan X3.2 *situs e-commerce shopee melakukan pengiriman*

sesuai pesanan anda. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 74 orang dengan presentase 42,3%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 61 orang dengan presentase 34,9%, ada 29 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 16,6%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang dengan presentase 4,6% dan ada 3 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,7%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,14 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden berpendapat sangat setuju dengan *situs e-commerce* shopee melakukan pengiriman sesuai pesanan anda.

Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel keamanan produk (X3) dengan item pertanyaan X3.3 *situs e-commerce* shopee melakukan Kesesuaian jumlah produk barang yang dikirim sesuai dengan pesanan anda. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 72 orang dengan presentase 41,1%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 72 orang dengan presentase 41,1%, ada 22 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 12,6%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang dengan presentase 2,9% dan ada 4 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan

presentase 2,3%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,20 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden berpendapat sangat setuju dengan *situs e-commerce* shopee memberikan pelayanan dengan kejujuran dan sikap ramah dalam proses transaksi melalui aplikasi.

Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel keamanan produk (X3) dengan item pertanyaan X3.4 *Situs e-commerce* shopee dapat memberikan jaminan keamanan transaksi atas produk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 63 orang dengan presentase 36%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 70 orang dengan presentase 40%, ada 28 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 16%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang dengan presentase 3,4% dan ada 8 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 4,6%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,03 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden cenderung berpendapat setuju dengan *situs e-commerce* shopee dapat memberikan jaminan keamanan transaksi atas produk.

Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban

responden tentang variabel keamanan produk (X3) dengan item pertanyaan X3.5 *situs e-commerce* shopee memberikan kode dalam pembuatan akun untuk menjaga keamanan data pengguna aplikasi shopee. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 85 orang dengan presentase 48,6%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 67 orang dengan presentase 38,3%, ada 14 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 8%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang dengan presentase 3,4% dan ada 3 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,7%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,31. Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden berpendapat sangat setuju bahwa *situs e-commerce* shopee memberikan kode dalam pembuatan akun untuk menjaga keamanan data pengguna aplikasi shopee.

Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel keamanan produk (X3) dengan item pertanyaan X3.6 *situs e-commerce* shopee menawarkan jaminan keamanan privasi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 75 orang dengan presentase 42,9%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 70 orang dengan presentase 40%, ada 17 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 9,7%. Untuk

responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 9 orang dengan presentase 5,1% dan ada 4 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2,3%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,19 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden berpendapat sangat setuju dengan *situs e-commerce* shopee yang menawarkan jaminan keamanan privasi.

d. Deskripsi variabel keputusan pembelian (Y)

Berikut ini adalah distribusi dari variabel keputusan pembelian dengan beberapa item pertanyaan yang disesuaikan dengan indikator yang dimiliki oleh keputusan pembelian yang ada dalam penelitian ini untuk indikator pertama Y.P1 saya sering melakukan transaksi pembelian online pada *situs e-commerce* shopee. Y.P2 saya memutuskan untuk melakukan pembelian online pada *situs e-commerce* shopee karena produk yang dijual lebih lengkap dibandingkan *situs e-commerce* lainnya. Y.P3 saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di *situs e-commerce* shopee. Pernyataan Y.P4 Saya yakin untuk melakukan pembelian online pada *situs e-commerce* shopee merupakan keputusan yang tepat. Y.P5 Saya akan melakukan pembelian kembali pada *situs e-commerce* shopee karena memenuhi kriteria yang diinginkan.

Tabel 7

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian

Item Pertanyaan	Tanggapan Responden										Jumlah		Mean
	STS		TS		KS		S		SS		Jumlah	%	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Yp1	8	4,6%	15	8,6%	27	15,4%	61	34,9%	64	36,6%	175	100%	4,13
Yp2	4	2,3%	14	8%	28	16%	58	33,1%	71	40,6%	175	100%	4,11
Yp3	4	2,3%	12	6,9%	22	12,6%	74	42,3%	63	36%	175	100%	4,06
Yp4	4	2,3%	10	5,7%	33	18,9%	61	34,9%	67	38,3%	175	100%	4,09
Yp5	2	1,1%	11	6,3%	24	13,7%	73	41,7%	56	37,1%	175	100%	4,18
Grand mean													4,11

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Melalui tabel di atas dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel keputusan pembelian (Y) dengan item pertanyaan Y.1 Saya sering melakukan transaksi pembelian online pada *situs e-commerce* shopee. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 64 orang dengan presentase 36,6%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 61 orang dengan presentase 34,9%, ada 27 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 15,4%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 15 orang dengan presentase 8,6% dan ada 8 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 4,6%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,13 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden berpendapat

sangat setuju sering melakukan transaksi pembelian online pada *situs e-commerce shopee*

Dari tabel 7 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel keputusan pembelian (Y) dengan item pertanyaan Y.2 Saya memutuskan untuk melakukan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* karena produk yang dijual lebih lengkap dibandingkan *situs e-commerce* lainnya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 71 orang dengan presentase 40,1%, untuk responden Yang menjawab setuju sebanyak 58 orang dengan presentase 33,1%, ada 28 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 16%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 14 orang dengan presentase 8% dan ada 4 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2,3%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,11. Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden berpendapat sangat setuju dengan memutuskan untuk melakukan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* karena produk yang dijual lebih lengkap dibandingkan *e-commerce* lainnya

Dari tabel 7 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel keputusan pembelian (Y) dengan item pertanyaan Y.3 Saya akan merekomendasikan kepada orang lain

untuk berbelanja di *situs e-commerce* shopee. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 63 orang dengan presentase 36%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 74 orang dengan presentase 42,3%, ada 22 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 12,6%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 12 orang dengan presentase 6,9% dan ada 4 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2,3%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,06. Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden cenderung berpendapat setuju untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di *situs e-commerce* shopee.

Dari tabel 7 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel keputusan pembelian (Y) dengan item pertanyaan Y.4 Saya yakin untuk melakukan pembelian online pada *situs e-commerce* shopee merupakan keputusan yang tepat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 67 orang dengan presentase 38,3%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 61 orang dengan presentase 34,9%, ada 33 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 18,9%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 10 orang dengan presentase 5,7% dan ada 4

responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2,3%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,09 . Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden berpendapat sangat setuju untuk melakukan pembelian online pada *situs e-commerce* shopee merupakan keputusan yang tepat.

Dari tabel 7 dapat dilihat bahwa 175 responden yang ada dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan mengenai jawaban responden tentang variabel keputusan pembelian (Y) dengan item pertanyaan Y.5 saya akan melakukan pembelian kembali pada *situs e-commerce* shopee karena memenuhi kriteria yang diinginkan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 175 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 56 orang dengan presentase 37,1%, untuk responden yang menjawab setuju sebanyak 73 orang dengan presentase 41,1%, ada 24 responden yang menjawab kurang setuju dengan presentase 13,7%. Untuk responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 11 orang dengan presentase 6,3% dan ada 2 responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,1%. Secara keseluruhan untuk item pernyataan tersebut mempunyai nilai rata – rata jawaban pada skala 4,18. Dengan hal tersebut, melalui hasil data kuesioner yang telah disebarkan bahwa responden cenderung berpendapat setuju akan melakukan pembelian kembali pada *situs e-commerce* shopee karena memenuhi kriteria yang diinginkan.

B. Uji Analisis

1. Uji validitas

Uji validitas data diukur dengan membandingkan r_{tabel} *product moment* dengan r_{hitung} . Nilai dari validitas masing – masing pertanyaan atau pernyataan dapat dilihat dari nilai *corrected item-total correlation*. Selanjutnya nilai tersebut dibandingkan dengan r_{tabel} *product moment*. Jika nilai koefisiennya positif atau lebih dari pada r_{tabel} *product moment* maka dinyatakan valid dan apabila kurang dari nilai r_{tabel} *product moment* maka dinyatakan tidak valid. Jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya r_{tabel} sebesar 0,148 dengan jumlah responden sebanyak 175. Berikut hasil uji validitas menggunakan SPSS versi 25.

Tabel 8

Hasil Uji Validitas Kepercayaan Konsumen (X1)

No	Item	Taraf Kesalahan	r Tabel	Hasil		Keterangan
				Sig	r Hitung	
1	X1P1	0,05	0,148	0,000	0,770	Valid
2	X1P2	0,05	0,148	0,000	0,826	Valid
3	X1P3	0,05	0,148	0,000	0,797	Valid
4	X1P4	0,05	0,148	0,000	0,827	Valid
5	X1P5	0,05	0,148	0,000	0,849	Valid
6	X1P6	0,05	0,148	0,000	0,723	Valid
7	X1P7	0,05	0,148	0,000	0,725	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Tabel 8 merupakan hasil olah data dari SPSS versi 25, untuk seluruh item pertanyaan dari variabel kepercayaan konsumen (x1) adalah valid, yaitu dengan melihat nilai signifikansi lebih kecil dari 5% atau 0,05 dengan nilai r_{tabel} *product moment* dari 175 responden sebagai uji validitas

adalah lebih besar dari 0,148, sehingga untuk nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ adalah terpenuhi.

Tabel 9

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

No	Item	Taraf Kesalahan	r Tabel	Hasil		Keterangan
				Sig	r Hitung	
1	X2P1	0,05	0,148	0,000	0,862	Valid
2	X2P2	0,05	0,148	0,000	0,798	Valid
3	X2P3	0,05	0,148	0,000	0,812	Valid
4	X2P4	0,05	0,148	0,000	0,834	Valid
5	X2P5	0,05	0,148	0,000	0,795	Valid
6	X2P6	0,05	0,148	0,000	0,822	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Tabel 9 merupakan hasil olah data dari SPSS versi 25, untuk seluruh item pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan (x2) adalah valid, yaitu dengan melihat nilai signifikansi lebih kecil dari 5% atau 0,05 dengan nilai r_{tabel} dari 175 responden sebagai uji validitas adalah lebih besar dari 0,148 sehingga nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ adalah terpenuhi.

Tabel 10

Hasil Uji Validitas Keamanan Produk (X3)

No	Item	Taraf Kesalahan	r Tabel	Hasil		Keterangan
				Sig	r Hitung	
1	X3P1	0,05	0,148	0,000	0,811	Valid
2	X3P2	0,05	0,148	0,000	0,799	Valid
3	X3P3	0,05	0,148	0,000	0,828	Valid
4	X3P4	0,05	0,148	0,000	0,794	Valid
5	X3P5	0,05	0,148	0,000	0,824	Valid
6	X3P6	0,05	0,148	0,000	0,866	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah 2022

Tabel 10 merupakan hasil dari olah SPSS versi 25, untuk seluruh item pertanyaan dari variabel keamanan produk adalah valid, dengan melihat nilai signifikansi lebih kecil dari 5% atau 0,05 atau nilai dari r_{tabel} dari 175 responden sebagai uji validitas adalah lebih besar dari 0,148 sehingga nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ adalah terpenuhi.

Tabel 11

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No	Item	Taraf Kesalahan	r table	Hasil		Keterangan
				Sig	r Hitung	
1	YP1	0,05	0,148	0,000	0,835	Valid
2	YP2	0,05	0,148	0,000	0,889	Valid
3	YP3	0,05	0,148	0,000	0,824	Valid
4	YP4	0,05	0,148	0,000	0,887	Valid
5	YP5	0,05	0,148	0,000	0,824	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 11 merupakan hasil nilai olah data dari SPSS versi 25 untuk seluruh item pertanyaan dari variabel keputusan pembelian (Y) adalah valid, yaitu dengan melihat nilai signifikansi lebih kecil dari 5% atau 0,05 dengan nilai dari r_{tabel} dari 175 responden sebagai uji validitas adalah lebih besar dari 0,148 sehingga nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ adalah terpenuhi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini untuk seluruh item pertanyaan dapat digunakan karena dinyatakan valid. Sehingga untuk proses pengujian selanjutnya, untuk seluruh item pertanyaan tersebut dapat diikutsertakan dan digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengungkapkan data penelitian yang dapat dipercaya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, uji reabilitas ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dinyatakan handal atau reliable jika jawaban yang diberikan para responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu data dikatakan reliabel jika *cronboach alpha* lebih besar dari 0,6.

Tabel 12

Hasil uji reabilitas

No	Variabel	Nilai Cornbach Alpha	Keterangan
1	Kepercayaa Konsumen (X1)	0,865	Reliabel/diterima
2	Kualitas Pelayanan (X2)	0,865	Reliabel/diterima
3	Keamanan Produk (X3)	0,881	Reliabel/diterima
4	Keputusan Pembelian (Y)	0,734	Reliabel/diterima

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Jadi berdasarkan hasil analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuesioner didalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau diterima. Ini dibuktikan dengan melihat dari nilai *cornbach alpha* lebih besar dari 0,6.

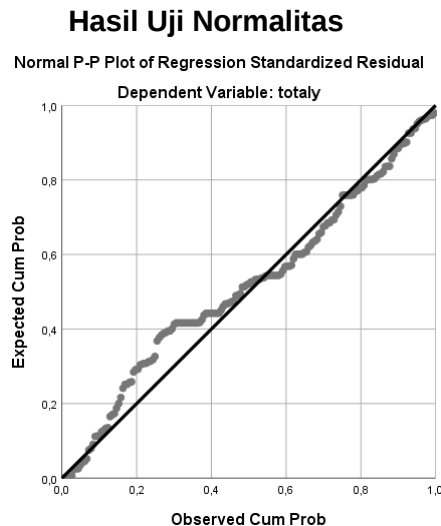
3. Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui modal regresi residual yang memiliki distribusi yang normal, mulai dari uji secara parsial maupun uji secara silmtan membutuhkan data dengan distribusi yang normal jika asumsi ini tidak terpenuhi

maka uji statistik menjadi tidak valid. Uji normalitas ini menggunakan probabiliti plot.

Gambar 6



Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan gambar 5 terlihat titik-titik yang mendekati garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data diatas dapat dinyatakan distribusi data residualnya normal.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (independen), model regresi yang baik untuk digunakan tidak terdapat hubungan antara variabel bebas (independen), dan multikolienaritas terjadi apabila adanya hasil yang menunjukan kolerasi antara variabel bebas (independen). Untuk mengetahui adanya multikolienaritas dapat dilihat dari hasil *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Terjadinya

multikolienaritas apabila hasil VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,1$ maka dapat menunjukkan bahwa antara variabel independen terjadi multikolienaritas. Berikut hasil uji multikolienaritas menggunakan SPSS versi 25

Tabel 13

Hasil uji multikolienaritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kepercayaan Konsumen (X1)	0,241	4,148	Tidak Terjadi Multikolienaritas
Kualitas Pelayanan (X2)	0,191	5,242	Tidak Terjadi Multikolienaritas
Keamanan Produk (X3)	0,269	3,712	Tidak Terjadi Multikolienaritas

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 13 dapat diketahui variabel kepercayaan konsumen mempunyai nilai tolerance sebesar 0,241 dan VIF 4,148, variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0,191 dan VIF 5,242, dan variabel keamanan produk mempunyai nilai sebesar 0,269 dan VIF 3,712 jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi multikolienaritas karena dilihat dari nilai *tolerance* $> 0,1$ dan VIF < 10

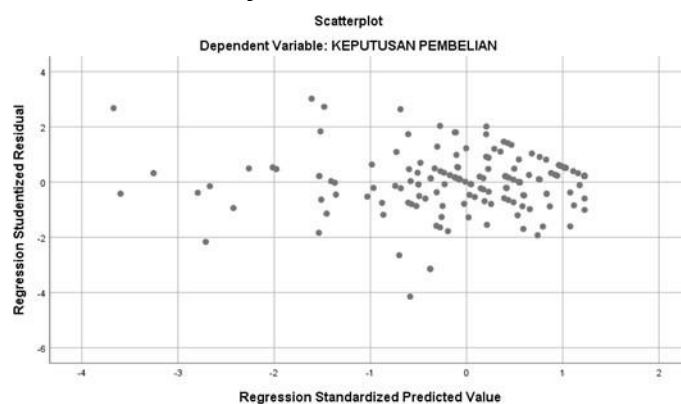
c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk menguji kesamaan atau tidaknya kemiripan varians antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot. Dalam model regresi yang baik digunakan biasanya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari scatterplot dapat dilihat bahwa model regresi ini memiliki

heteroskedastisitas atau tidak. Jika dilihat dari hasil uji scatterplot terjadi pola pada grafik maka telah terjadi heterokedastisitas. Dan jika titik – titik menyebar secara acak dan tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Berikut tampilan grafik scatterplot dari model regresi yang disajikan sebagai berikut

Gambar 7

Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan gambar 7 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini. Pada gambar diatas terlihat bahwa data residual menyebar, baik diatas maupun dibawah titik 0 dan tidak membentuk pola tertentu.

4. Pengujian Hipotesis

a. Analisis regresi linear berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh tiga variabel atau lebih. Berikut hasil uji regresi linear berganda.

Tabel 14
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,739	1,098		7,049	0,000
	Kepercayaan Konsumen	0,262	0,074	0,402	3,545	0,001
	Kualitas Pelayanan	0,097	0,097	0,128	1,003	0,317
	Keamanan Produk	0,316	0,077	0,441	4,114	0,000

a. Dependent Variable : keputusan pembelian

Sumber : Data Primer Yang Diolah,2022

Berdasarkan tabel 14 diatas dengan bantuan SPSS versi 25 diperoleh persamaan sebagai berikut

$$Y = 7,739 + 0,262X_1 + 0,097X_2 + 0,316X_3$$

- Konstanta (β_0) = 7,739, berarti apabila variabel independen yaitu kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk nilai 0, maka keputusan pembelia akan tetap sebesar 7,739
- Nilai koefisien kepercayaan konsumen (β_1) sebesar 0,262 berarti bahwa ada peningkatan kepercayaan konsumen, dengan asumsi variabel lain tetap maka keputusan pembelian akan meningkat 0,262
- Nilai koefisien kualitas pelayanan (β_2) sebesar 0,097 berarti bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan dengan asumsi variabel lain tetap maka keputusan pembelian akan meningkat 0,097

- Nilai koefisien keamanan produk (β_3) sebesar 0,316 hal ini berarti bahwa setiap ada peningkatan keamanan produk dengan asumsi variabel lain tetap maka keputusan pembelian akan meningkat 0,316

b. Uji koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar daya penjelasan variabel independent terhadap variabel dependent yang dapat diklasifikasikan dalam SPSS koefisien determinasi terdapat pada model rangkuman yang dituliskan sebagai R square. Jika nilai R^2 kecil menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan perubahan variabel terikat.

Tabel 15

Hasil uji koefisien determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,829a	0,687	0,682	2,46304

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas 15 dapat diketahui nilai R square sebesar 0,682 atau 68,2% menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk mampu menjelaskan variabel terikat yaitu keputusan pembelian sedangkan sisanya 31,8% yang dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependent. Jika nilai $F > 0,05$ dapat dinyatakan variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependet.

Tabel 16

Hasil Uji F

ANOVAa						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	727,544	3	242,515	50,723	0,000b
	Residual	817,576	171	4,781		
	Total	1545,12	174			
a. Dependent Variable: keputusan pembelian						
b. Predictors: (Constant), kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, keamanan produk						

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 16 dapat dilihat bahwa :

Ha: kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee*

H_0 : kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee*

Dasar pengambil keputusan yang digunakan yaitu :

Jika nilai signifikansi $F > \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika nilai signifikansi $F < \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikasinya variabel kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk sebesar $0,00 < 0,05$. Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee* di kota Malang. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis H_1 diterima.

d. Uji t

Uji t yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independent) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (dependent), dengan tingkat signifikansinya 0,05. Jika nilai signifikasinya $< 0,05$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas (independent) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (dependent) dan sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat.

Dari tabel 14 diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Uji Hipotesis II : pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian

Ha : kepercayaan konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee*

Ho : kepercayaan konsumen tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee*

Dasar pengambilan keputusannya yaitu :

Nilai signifikasi $t > \alpha$ (0,05) maka Ho diterima dan Ha ditolak

Nilai signifikasi $t < \alpha$ (0,05) maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Berdasarkan tabel 14 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikasinya variabel kepercayaan konsumen sebesar $0,001 < 0,05$ artinya Ho dditolak dan Ha diterima, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee* di kota Malang. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis H2 diterima.

- Uji hipotesis III : pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

H3 : kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee*

Ho : kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee*

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan yaitu:

Nilai signifikasi $t > \alpha$ (0,05) maka Ho diterima dan Ha ditolak

Nilai signifikasi $t < \alpha$ (0,05) maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Berdasarkan tabel 14 dapat diketahui bahwa nilai signifikasi variabel kualitas pelayanan sebesar $0,317 > 0,05$ artinya Ho diterima dan Ha ditolak, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee* di kota Malang. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis H3 ditolak.

- Uji hipotesis IV : pengaruh keamanan produk terhadap keputusan pembelian

Ha : keamanan produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee*

Ho : keamanan produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee*

Dasar pengambil keputusan yang digunakan yaitu :

Nilai signifikasi $t > \alpha$ (0,05) maka Ho diterima dan Ha ditolak

Nilai signifikasi $t < \alpha$ (0,05) maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Berdasarkan tabel 14 dapat dilihat bahwa nilai signifikasi dari variabel keamanan produk sebesar $0,000 < 0,05$ artinya Ho ditolak dan Ha diterima dapat disimpulkan bahwa keamanan

produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee* di kota Malang. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis H4 diterima.

e. Uji dominan

Uji dominan digunakan untuk menguji hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan konsumen berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian, dapat dibuktikan dengan melihat koefisien beta dan signifikansi dari masing – masing variabel.

Berdasarkan tabel 14 diatas dilihat hasil nilai koefisien beta terbesar yakni variabel keamanan produk dengan nilai beta 0,441 dan nilai signifikan 0,0000. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel keamanan produk berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee* di kota Malang. Dengan demikian hipotesis ke 5 ditolak secara statistic.

C. Pembahasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee* di kota Malang (studi kasus masyarakat kota malang). Pada karakteristik responden dari usia responden terdapat 36 orang berusia 12 – 25 tahun, 102 orang berusia 26 – 35 tahun dan 37 orang berusia 36 – 46 tahun. Pada karakteristik jenis kelamin diperoleh 53 orang yang berjenis kelamin laki - laki dan 102 orang yang berjenis kelamin perempuan. Dapat diketahui bahwa konsumen pengguna *situs e -commerce shopee* adalah kalangan perempuan. Sedangkan pada karakteristik pekerjaan responden yang mengisi

kuesioner ini terdapat 19 orang sebagai pegawai negeri, 20 orang sebagai pegawai swasta, 30 orang sebagai wirausaha, 9 orang sebagai guru, 76 orang mahasiswa dan 27 sebagai ibu rumah tangga dan lainnya.

1. Kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian online pada e-commerce shopee di daerah kota Malang (H1)

Melalui uji F secara simultan yang telah dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Berdasarkan hasil output dari SPSS secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$. Dengan hal tersebut maka hipotesis pertama diduga kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* diterima. Melalui hal tersebut, secara simultan terdapat pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk terhadap keputusan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* di kota Malang di terima. Dari hal tersebut dapat dijelaskan bahwa *situs e-commerce shopee* sangat mengutamakan kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk mengingat para konsumen sekarang lebih pintar untuk melakukan keputusan pembelian sehingga sebagai penjual harus mengutamakan ketanggapan dalam pertanyaan yang diajukan oleh konsumen serta kemudahan pelanggan dalam mencari informasi apapun didalam platform dan tidak menutupkan kemungkinan untuk terus meningkatkan keprofesionalan sebuah

perusahaan yang nantinya akan meningkatkan sebuah keputusan pembelian yang tepat oleh konsumen. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Hasan Nursukma dkk) yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, dan penelitian yang dilakukan oleh Sri Nawangsari (2017) yang menyatakan bahwa kepercayaan, kualitas pelayanan dan keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan.

2. Kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian online pada e- commerce shopee di daerah kota Malang (H2)

Melalui hasil uji t secara parsial yang telah dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi SPSS versi 25, bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil nilai signifikansi $0,001 < 0,005$. Dengan hal tersebut maka hipotesis ke dua diduga kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* di kota Malang diterima. Melalui hal tersebut terdapat kepercayaan konsumen berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* di kota Malang diterima. Dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa *situs e-commerce shopee* mampu memberikan kecepatan dan tanggapan dalam pertanyaan yang diajukan oleh konsumen hal ini mampu mempertahankan kepercayaan konsumen untuk terus melakukan pembelian di *situs e-commerce shopee*. Hal ini menunjang penelitian yang dilakukan oleh (Trifena Revangelista Mambu Dkk 2021 Dan Genny Intan Sari Dkk 2020) yang

menyatakan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

3. Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online pada e-commerce shopee di daerah kota Malang (H3).

Untuk variabel kualitas pelayanan dengan hasil uji t secara parsial yang telah dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Dari hasil output SPSS pada tabel 14 terdapat berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikasinya sebesar $0,317 > 0,05$. Dengan hal tersebut maka hipotesis ke tiga di duga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* di kota Malang di tolak. Hal tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan belum bisa memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Hal ini menunjang penelitian yang dilakukan oleh (Annisa Fadila dkk, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Keamanan produk terhadap keputusan pembelian online pada e-commerce shopee di daerah kota Malang (H4)

Untuk variabel keamanan produk dengan hasil uji t secara parsial yang telah dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi SPSS versi 25. Dari hasil output SPSS pada tabel 14 terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$. Dengan hal tersebut maka hipotesis keempat diduga keamanan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* di kota Malang diterima. Artinya

keamanan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* di kota Malang. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa *situs e-commerce shopee* mampu memberikan jaminan keamanan terhadap produk yang dibeli oleh konsumen pada *situs e-commerce shopee*, hal ini menjadikan konsumen percaya dan terus melakukan pembelian pada *situs e-commerce shopee*. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini mendukung riset yang dilakukan oleh (Genny Intan Sari HR dkk, 2020) yang menyatakan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan penelitian yang dilakukan oleh Nuning Lisdiana (2021) yang menyatakan keamanan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

5. Variabel kepercayaan konsumen berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian online pada situs e-commerce shopee di daerah kota Malang (H5)

Melalui hasil output SPSS versi 25 pada tabel 14 terdapat variabel kepercayaan konsumen dengan nilai koefisien beta sebesar β 0,402, kualitas pelayanan nilai koefisien beta sebesar β 0,128 sedangkan keamanan produk nilai koefisien beta sebesar β 0,441. Sehingga hipotesis yang kelima diduga kepercayaan konsumen berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* di kota Malang ditolak. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee* di kota Malang yaitu variabel keamanan produk. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis

ke lima ditolak. Hal ini di karenakan dalam melakukan pembelian online konsumen lebih mementingkan keamanan produk yang dibeli melalui e-commerce shopee.