

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Profil Perusahaan Shopee

Shopee merupakan *marketplace* online yang dimiliki oleh PT. Garena Indonesia untuk proses jual beli melalui ponsel dengan konsep *social media shopping*. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* untuk memberikan kemudahan pada penggunanya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat computer.

Shopee masuk ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan mulai beroperasi pada akhir juni 2015, dan pertama kali diperkenalkan di Singapura pada 2015. Shopee adalah anak perusahaan dari Garena yang berbasis di Singapura. Shopee tidak hanya ada di Indonesia tapi juga terdapat pada beberapa negara di kawasan Asia Tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, dan Indonesia sendiri. Shopee Indonesia alamat di Wisama 77 Tower 2, Jalan Letjen. S. Parman, Palmerah, DKI Jakarta.

a. Visi

Menjadi *mobile marketplace* nomor 1 di Indonesia

b. Misi

Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia.

c. Tujuan

Tim Shopee percaya pada kemampuan teknologi dan ingin mengubah dunia menjadi lebih baik lagi dengan menyediakan platform yang dapat menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas. Dengan berkembangnya tren berbelanja melalui ponsel, Shopee bertujuan untuk terus meningkatkan platform kami untuk memberikan pengalaman berbelanja yang mudah dan menyenangkan bagi semua pengguna dan menjadi pilihan platform *e-commerce* di Asia Tenggara dan Taiwan.

d. Strategi

- 1) Teknik pemasaran mengikuti tren
- 2) Menggunakan media yang tepat
- 3) Promo irit hasil selangit
- 4) Jaminan harga termurah
- 5) Punya target pasar jelas

2. Profil UIN Antasari

Sebelum menjadi UIN Antasari Banjarmasin adalah kampus Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin atau bisa disebut IAIN Antasari merupakan sebuah perguruan tinggi yang ada di Kota Banjarmasin. IAIN Antasari merupakan kampus di bawah naungan kementerian Agama, diresmikan dengan surat keputusan Menteri Agama No. 89 Tahun 1964. Nama IAIN Antasari diambil dan diabadikan dari nama Pangeran Kerajaan Banjar yang gigih melawan penjajah Belanda antara tahun 1862-1869, karena jasa-jasanya kemudian Pemerintah RI resmi menjadikan sebagai pahlawan

Nasional. IAIN Antasari merupakan perguruan tinggi yang berdiri dari tahun 1960 dengan lokasi lebih tepatnya berada di Jln. Ahmad Yani km. 4,5 Banjarmasin.

Setelah menunggu hingga 12 tahun, akhirnya pada tanggal 3 April 2017 lalu Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Antasari akhirnya resmi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari, berdasarkan perpres No. 36 Tahun 2017 yang diundangkan Tanggal 7 April 2017. Rektor UIN Antasari Prof Fauzi Aseri menjelaskan, perjalanan memang cukup panjang untuk meningkatkan status IAIN menjadi UIN. Namun sekarang semuanya sudah lega, karena IAIN sudah resmi menjadi UIN di April 2017 ini. Dengan menjadi UIN maka banyak terobosan yang bisa dilakukan, termasuk mengembangkan fakultas-fakultas baru dan program studi baru di UIN Antasari.

3. Profil Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari semula merupakan pemekaran dari Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam No. 20 Tahun 2017 tentang organisasi dan tata kerja Universitas Islam Negeri Antasari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sudah siap untuk berdiri sendiri.

Saat ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki 4 program studi, yaitu prodi S1 Ekonomi Syariah, prodi S1 Perbankan Syariah, Prodi S1 Asuransi Syariah, dan prodi D3 Perbankan syariah.

a Visi

Menjadi Fakultas yang unggul dan berakhlak dengan mengintegrasikan ekonomi dan bisnis syariah dan ke Indonesia di Regional Kalimantan tahun 2026 dan kawasan Indonesia Timur pada tahun 2032.

b Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang unggul dan berakhlak dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang terintegrasi dengan kebangsaan, berbasis karakter, dan kearifan lokal, serta berwawasan global;
- 2) Mengembangkan riset ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan berdampak terhadap kelestarian alam;
- 3) Mengembangkan pola pengabdian yang relevan dengan kebutuhan masyarakat;
- 4) Membangun kepercayaan dan kerjasama yang saling menguntungkan dengan instansi dan lembaga keuangan yang terkait dalam lingkup regional, nasional, dan internasional.
- 5) Mengembangkan tata kelola berdasarkan manajemen modern dalam rangka mencapai kepuasan civitas akademika dan para pemangku kepentingan.

4. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin dari empat jurusan yang ada yaitu jurusan

Ekonomi Syariah, Jurusan Perbankan Syariah, Jurusan Asuransi Syariah, dan D3 Perbankan Syariah. Sampel yang diteliti berjumlah 96 responden berhasil di sebar dan di respon kembali oleh semua responden. Jumlah kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel. Pada penelitian ini semua responden adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin dengan berstatus aktif kuliah di UIN Antasari Banjarmasin. Berikut penjelasan tentang karakteristik responden yaitu:

a Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Laki-laki	14	14,6%
2	Perempuan	82	85,4%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Berdasarkan tabel di atas di ketahui jumlah responden perempuan lebih mendominasi dari pada responden laki-laki yaitu sebanyak 82 orang (85,4%), sedangkan jumlah responden laki-laki sebanyak 14 orang (14,6%). Ini menunjukkan bahwa konsumen yang sering belanja di *Shopee online* adalah perempuan, karena perempuan banyak kebutuhan ketimbang laki-laki.

b Jurusan

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Per Jurusan

No	Jurusan	F	%
1	Ekonomi Syariah	44	46%
2	Perbankan Syariah	44	46%
3	Asuransi Syariah	4	4%
4	D3 Perbankan Syariah	4	4%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah Aji, (2019)

Data yang diperoleh dari penelitian memperlihatkan bahwa pembagian responden berdasarkan per jurusan di bagi menjadi empat jurusan dengan masing-masing jumlah frekuensi dan presentasi memperoleh data berbeda. Jurusan ekonomi syariah dan perbankan syariah memperoleh frekuensi terbanyak sebesar 44 orang atau sebesar 46%. Hal ini di karenakan jumlah mahasiswa terbesar pada jurusan ekonomi syariah dan perbankan syariah.

c Tahun Angkatan

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

No	Tahun Angkatan	F	%
1	2015	49	51%
2	2016	12	12%
3	2017	20	21%
4	2018	15	16%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah Aji, (2019)

Data yang diperoleh dari penelitian memperlihatkan bahwa responden dengan tahun angkatan 2015 memiliki frekuensi sebesar 49 atau 51%, tahun angkatan 2016 memiliki sebesar 12 responden atau 12%, tahun angkatan 2017 memiliki sebesar 20 responden atau 21%, dan tahun angkatan 2018 memiliki responden 15 atau 16%. Jadi dominanya ditahun 2015 sebesar 49 responden, karena memang banyak ditemui.

d Penghasilan

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

No	Penghasilan	F	%
1	1-3 Juta	86	90%
2	3-5 Juta	5	5%
3	5-7 Juta	1	1%
4	7 > Juta	4	4%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, menunjukkan bahwa tingkat penghasilan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam. Adalah sebesar 1-3 juta. Dengan jumlah responden sebanyak 86 dengan presentasi sebesar 90%. Responden yang penghasilan 3-5 juta sebanyak 5 orang presentasi sebesar 5%, responden yang penghasilan 5-7 juta sebanyak 1 orang presentasi sebesar 1%, dan responden yang penghasilan 7> juta sebanyak 4 orang dengan presentasi sebesar 4%.

e Belanja di perusahaan Shopee

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berapa Kali Belanja Di Shopee Online

No	Belanja Shopee online	F	%
1	1 kali	20	21%
2	2-5 kali	31	32%
3	>5 kali	45	47%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari tabel di atas 4.4 dapat dilihat responden pengguna aplikasi shopee sebanyak 1 kali berjumlah 20 orang, sebanyak 2-5 kali berjumlah 31

sedangkan responden pengguna aplikasi *shopee online* sebanyak > 5 kali berjumlah 45 orang. Dengan demikian para responden yang lebih sering menggunakan aplikasi shopee mereka memiliki pengalaman yang lebih banyak terhadap layanan perusahaan shopee online tersebut. Sehingga hasil dari penelitian ini nantinya akan bisa di pertanggung jawabkan ke akuratanya.

5. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Mahasiswa Membeli di Perusahaan Shopee

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner oleh penulis langsung kepada para pengguna aplikasi Shopee di fakultas ekonomi dan bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin. Jumlah kuesioner dirangkum dan dianalisis dengan *software* SPSS 22 *for window*.

Dari data yang di peroleh hasil pembagian kuesioner kepada responden, maka gambaran berkaitan dua variabel penelitian yaitu kebijakan harga dan keputusan pembelian pengguna aplikasi shopee mendapat beragam respon. Hal tersebut dapat di uraikan sebagai berikut:

a Penjelasan Responden Terhadap Variabel Kebijakan Harga (X1)

1) Indikator Kesesuaian Harga

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator kesesuaian harga di lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Shopee Menawarkan Harga yang Telah Disesuaikan oleh Shopee

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	31	32%
2	Setuju	48	50%
3	Netral	16	17%
4	Tidak setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 48 responden atau 50%, kemudian disusun jawaban sangat setuju dengan jumlah 31 responden atau 32%, jawaban netral dengan jumlah 16 responden atau 17%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden

atau 1%. Jadi, 50% responden dominan setuju bahwa shopee menawarkan harga yang telah disesuaikan.

2) Indikator daftar harga

Data yang di peroleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator daftar harga di lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Daftar Harga yang Terdapat dalam Aplikasi Shopee Sangat Jelas dan Tidak Membingungkan

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	28	29%
2	Setuju	48	50%
3	Netral	18	19%
4	Tidak setuju	2	2%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 48 responden atau 50%, kemudian disusun jawaban sangat setuju dengan jumlah 28 responden atau 29%, jawaban netral dengan jumlah 18 responden atau 19%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 2 responden atau 2%. Jadi, 50% responden dominan setuju bahwa daftar yang terdapat dalam aplikasi shopee sangat jelas dan tidak membingungkan.

**Tabel 4.8 Tanggapan Responden Daftar Harga Ongkos Kirim Sudah
Dicantumkan oleh Shopee Kriteria Masing-Masing Kota**

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	30	32%
2	Setuju	58	61%
3	Netral	7	7%
4	Tidak setuju	0	0%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 58 responden atau 61%, kemudian disusun jawaban sangat setuju dengan jumlah 30 responden atau 32%, jawaban netral dengan jumlah 7 responden atau 7%. Jadi, 61% responden dominan setuju bahwa daftar harga ongkos kirim sudah di cantumkan oleh shopee kriteria masing-masing kota

3) Indikator potongan harga

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator potongan harga di lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9 Tanggapan Responden Potongan Harga Ongkir yang Ditanggung Oleh Shopee Sebesar 20.000 Membuat Anda Tertarik Untuk Belanja Di Aplikasi Shopee

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	24	25%
2	Setuju	48	50%
3	Netral	0	24%
4	Tidak setuju	1	0%
5	Sangat tidak setuju	96	1%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 48 responden atau 50%, kemudian disusun jawaban sangat setuju dengan jumlah 24 responden atau 25%, jawaban netral dengan jumlah 23 responden atau 24%, dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1%. Jadi, 50% responden dominan setuju bahwa responden potongan harga ongkir yang di tanggung oleh shopee sebesar 20.000 membuat anda tertarik untuk belanja di aplikasi Shopee.

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Setujukah Anda Minimal Pembelian 50.000 Maka Dapat Potongan Harga Ongkir Logo Shopee 24

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	37	36%
2	Setuju	44	46%
3	Netral	14	15%
4	Tidak setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 44 responden atau 46%, kemudian di susun jawaban sangat setuju dengan jumlah 37 responden atau 36%, jawaban netral dengan jumlah 1 responden atau 1%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1%. Jadi, 44% responden dominan setuju bahwa setujukah anda minimal pembelian 50.000 maka dapat potongan harga ongkir logo shopee24.

Tabel 4.11 Tanggapan Responden Setujukah Anda Minimal Pembelian 90.000 Jasa Kirim J&T Express Toko Shopee Mall & Star Seller Dapat Potongan Ongkir.

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	40	42%
2	Setuju	37	38%
3	Netral	15	16%
4	Tidak setuju	4	4%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 40 responden atau 42%, kemudian disusun jawaban setuju dengan jumlah 37 responden atau 38%, jawaban netral dengan jumlah 15 responden atau 16%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 4 responden atau 4%. Jadi, 42% responden dominan sangat setuju bahwa setujukah anda minimal pembelian 90.000 jasa kirim J&T Express toko shopee mall & star seller dapat potongan harga ongkir.

**Tabel 4.12 Tanggapan Responden Setujukah Anda Minimal Pembelian
120.000 Jasa Kirim JNE REG Shopee Mall & Star Seller
Dapat Diskon Ongkir**

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	20	21%
2	Setuju	39	41%
3	Netral	24	25%
4	Tidak setuju	11	11%
5	Sangat tidak setuju	2	2%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 39 responden atau 41%, kemudian di susun jawaban netral dengan jumlah 24 responden atau 25%, jawaban sangat setuju dengan jumlah 20 responden atau 21%, jawaban tidak setuju dengan jumlah 11 responden atau 11%, dan jawaban sangat tidak setuju jumlah 2 responden atau 2%. Jadi, 41% responden dominan setuju bahwa setujukah anda minimal pembelian pembelian 120.000 jasa kirim JNE REG Shopee mall & star seller dapat diskon ongkos kirim.

Tabel 4.13 Tanggapan Responden Setujukah Anda Minimal Pembelian 150.000 Jasa Kirim JNE REG Toko Shopee Lainnya Dapat Diskon Ongkir

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	16	17%
2	Setuju	37	38%
3	Netral	25	26%
4	Tidak setuju	15	16%
5	Sangat tidak setuju	3	3%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 37 responden atau 38%, kemudian di susun jawaban netral dengan jumlah 25 responden atau 26%, jawaban sangat setuju dengan jumlah 16 responden atau 17%, jawaban tidak setuju dengan jumlah 15 responden atau 16%, dan jawaban sangat tidak setuju jumlah 3 responden atau 3%. Jadi, 38% responden dominan setuju bahwa setujukah anda minimal pembelian pembelian 150.000 jasa kirim JNE REG toko shopee lainnya dapat diskon ongkir.

**Tabel 4.14 Tanggapan Responden Setujukah Anda Shopee Online
Menawarkan Harga Diskon Ongkir**

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	57	59%
2	Setuju	34	36%
3	Netral	4	4%
4	Tidak setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 57 responden atau 59%, kemudian di susun jawaban setuju dengan jumlah 34 responden atau 36%, jawaban netral dengan jumlah 4 responden atau 4%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1%. Jadi, 57% responden dominan sangat setuju bahwa setujukah anda shopee online menawarkan harga diskon ongkir.

Tabel 4.15 Tanggapan Responden Setujukah Anda Shopee Online Menetapkan Harga Diskon Ongkir

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	43	45%
2	Setuju	45	47%
3	Netral	6	6%
4	Tidak setuju	2	2%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 45 responden atau 47%, kemudian disusun jawaban sangat setuju dengan jumlah 43 responden atau 45%, jawaban netral dengan jumlah 6 responden atau 6%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 2 responden atau 2%. Jadi, 47% responden dominan setuju bahwa setujukah anda shopee online menetapkan harga diskon ongkir.

Tabel 4.16 Tanggapan Responden Setujukah Anda Shopee Online Diskon Tunai Menentukan Tanggal Pembayaran Ongkir

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	15	16%
2	Setuju	38	40%
3	Netral	35	36%
4	Tidak setuju	8	8%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 38 responden atau 40%, kemudian disusun jawaban netral dengan jumlah 35 responden atau 36%, jawaban sangat setuju dengan jumlah 15 responden atau 16%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 8 responden atau 8%. Jadi, 38% responden dominan setuju bahwa setujukah anda shopee online diskon tunai menentukan tanggal pembayaran ongkir.

Tabel 4.17 Tanggapan Responden Besarnya Diskon Ongkir Yang Diberikan Oleh Shopee Online Menarik Perhatian Anda

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	24	25%
2	Setuju	56	59%
3	Netral	14	15%
4	Tidak setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 56 responden atau 59%, kemudian disusul jawaban sangat setuju dengan jumlah 24 responden atau 25%, jawaban netral dengan jumlah 14 responden atau 15%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1%. Jadi, 59% responden dominan setuju bahwa besarnya diskon ongkir yang diberikan oleh shopee online menarik perhatian anda.

4) Indikator harga dipersepsikan

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator Harga dipersepsikan dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.18 Tanggapan Responden Sebelum Membeli Produk Di Shopee Online, Saya Terlebih Dahulu Melihat Harga Ongkos Kirimnya

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	49	51%
2	Setuju	41	43%
3	Netral	6	16%
4	Tidak setuju	0	0%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 49 responden atau 51%, kemudian disusul jawaban setuju dengan jumlah 41 responden atau 43%, dan jawaban netral dengan jumlah 6 responden atau 6%. Jadi, 51% responden dominan sangat setuju bahwa sebelum membeli produk di shopee online, saya terlebih dahulu melihat harga ongkos kirimnya.

b Penjelasan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y1)

1) Indikator Pengenal masalah

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator Pengenal masalah dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.19 Tangapan Responden Hal Yang Istimewa Dari Aplikasi Shopee
Adalah Potongan Harga Ongkos Kirim**

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	31	32%
2	Setuju	48	50%
3	Netral	14	15%
4	Tidak setuju	3	3%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 48 responden atau 50%, kemudian disusun jawaban sangat setuju dengan jumlah 31 responden atau 32%, jawaban netral dengan jumlah 14 responden atau 15%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 3 responden atau 3%. Jadi, 50% responden dominan setuju bahwa hal yang istimewa dari aplikasi shopee adalah potongan harga ongkos kirim

Tabel 4.20 Tanggapan Responden Saya Memutuskan Untuk Belanja Di Shopee Online Karena Tertarik Kepada Potongan Harga Ongkir

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	21	22%
2	Setuju	47	49%
3	Netral	23	24%
4	Tidak setuju	5	5%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 47 responden atau 49%, kemudian disusun jawaban sangat setuju dengan jumlah 21 responden atau 22%, jawaban netral dengan jumlah 23 responden atau 24%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 5 responden atau 5%. Jadi, 49% responden dominan setuju bahwa saya memutuskan untuk belanja di Shopee online karena tertarik kepada potongan harga ongkir.

2) Indikator Pencarian informasi

Data yang di peroleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator Pencarian informasi di lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.21 Tanggapan Responden Saya Mendapatkan Infomasi Mengenai Potongan Harga Ongkir Di Aplikasi Shopee Melalui Kerabat Saya (Keluarga, Teman)

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	14	14%
2	Setuju	40	42%
3	Netral	24	25%
4	Tidak setuju	14	15%
5	Sangat tidak setuju	4	4%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 40 responden atau 42%, kemudian disusun jawaban netral dengan jumlah 24 responden atau 25%, jawaban sangat setuju dengan jumlah 14 responden atau 14%, jawaban tidak setuju dengan jumlah 14 responden atau 15%, dan jawaban sangat tidak setuju jumlah 4 responden atau 4%. Jadi, 42% responden dominan setuju bahwa saya mendapatkan infomasi mengenai potongan harga ongkir di aplikasi shopee melalui kerabat saya (keluarga, teman).

Tabel 4.22 Tanggapan Responden Saya Mendapatkan Infomasi Mengenai Potongan Harga Ongkir Di Aplikasi Shopee Melalui Media Masa (Majalah, Koran)

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	8	8%
2	Setuju	34	36%
3	Netral	26	27%
4	Tidak setuju	23	24%
5	Sangat tidak setuju	5	5%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 34 responden atau 36%, kemudian disusun jawaban netral dengan jumlah 26 responden atau 27%, jawaban tidak setuju dengan jumlah 23 responden atau 24%, jawaban sangat setuju dengan jumlah 8 responden atau 8%, dan jawaban sangat tidak setuju jumlah 5 responden atau 5%. Jadi, 36% responden dominan setuju bahwa saya mendapatkan infomasi mengenai potongan harga ongkir di aplikasi shopee melalui media masa (majalah, koran)

3) Indikator Evaluasi Alternatif

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator Evaluasi Alternatif dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.23 Tanggapan Responden Saya Mempertimbang Toko Online Lain Yang Tidak Ada Potongan Ongkir Ketika Memutuskan Untuk Membeli.

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	23	24%
2	Setuju	49	51%
3	Netral	19	20%
4	Tidak setuju	4	4%
5	Sangat tidak setuju	1	1%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 49 responden atau 51%, kemudian disusun jawaban sangat setuju dengan jumlah 23 responden atau 24%, jawaban netral dengan jumlah 19 responden atau 20%, jawaban tidak setuju dengan jumlah 4 responden atau 4%, dan jawaban sangat tidak setuju jumlah 1 responden atau 1%. Jadi, 51% responden dominan setuju bahwa saya mempertimbang toko online lain yang tidak ada potongan ongkir ketika memutuskan untuk membeli.

4) Indikator Keputusan pembelian

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator Keputusan pembelian di lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.24 Tanggapan Responden Saya Memutuskan Untuk Beli Di Shopee Online Karena Menghindari Beban Harga Ongkir

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	26	27%
2	Setuju	43	45%
3	Netral	22	23%
4	Tidak setuju	5	5%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 43 responden atau 45%, kemudian disusun jawaban sangat setuju dengan jumlah 26 responden atau 27%, jawaban netral dengan jumlah 22 responden atau 23%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 5 responden atau 5%. Jadi, 45% responden dominan setuju bahwa saya memutuskan untuk beli di shopee online karena menghindari beban harga ongkir.

5) Indikator Perilaku Pascapembelian

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator Perilaku Pasca pembelian dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.25 Tanggapan Responden Saya Memang Mendapatkan Potongan Harga Ongkir

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	15	16%
2	Setuju	29	32%
3	Netral	29	32%
4	Tidak setuju	10	11%
5	Sangat tidak setuju	8	9%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dan netral jumlah 29 responden atau 32%, kemudian disusun jawaban sangat setuju dengan jumlah 15 responden atau 16%, jawaban tidak setuju dengan jumlah 10 responden atau 11%, dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 8 responden atau 9%. Jadi, 29% responden dominan setuju dan netral bahwa saya memang mendapatkan potongan harga ongkir.

Tabel 4.26 Tanggapan Responden Saya Akan Membeli Kembali Di Aplikasi Shopee Online Dilain Waktu

No	Alternatif Tanggapan	F	%
1	Sangat setuju	27	28%
2	Setuju	46	48%
3	Netral	23	24%
4	Tidak setuju	0	0%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, Aji, (2019)

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 46 responden atau 48%, kemudian disusun jawaban sangat setuju dengan jumlah 27 responden atau 28%, dan jawaban netral dengan jumlah 23 responden atau 24%. Jadi, 48% responden dominan setuju bahwa saya akan membeli kembali di aplikasi shopee online dilain waktu.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dihitung dengan membandingkan r hitung (*correlated item total correated*) dengan nilai r table. Jika r hitung $>$ r table bernilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Dan sebaliknya apabila r hitung $<$ r table maka setiap pernyataan dinyatakan tidak valid. Setelah itu, apabila terdapat item-item pernyataan yang tidak memenuhi kriteria validitas

(tidak valid) maka item tersebut akan dikeluarkan dari kuesioner. Nilai r table yang digunakan untuk populasi (N) sebanyak 96 mengikuti ketentuan $df = N - 2$, berarti $96 - 2 = 94$ dengan menggunakan taraf signifikansi 0,10, maka diperoleh r table 0,201 hasil uji validitas untuk setiap masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 4.25 di bawah ini.

Tabel 4.27 Uji Validitas Variabel X dan Y

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Corrected Item Pertanyaan Total Correlation</i>	r Table	Keterangan
Kebijakan harga (X)	X1	0,420	0,201	Valid
	X2	0,590	0,201	Valid
	X3	0,576	0,201	Valid
	X4	0,518	0,201	Valid
	X5	0,476	0,201	Valid
	X6	0,684	0,201	Valid
	X7	0,657	0,201	Valid
	X8	0,638	0,201	Valid
	X9	0,446	0,201	Valid
	X10	0,472	0,201	Valid
	X11	0,518	0,201	Valid
	X12	0,598	0,201	Valid
	X13	0,208	0,201	Valid

Keputusan Pembelian(Y)	Y1	0,619	0,201	Valid
	Y2	0,658	0,201	Valid
	Y3	0,571	0,201	Valid
	Y4	0,565	0,201	Valid
	Y5	0,455	0,201	Valid
	Y6	0,699	0,201	Valid
	Y7	0,515	0,201	Valid
	Y8	0,583	0,201	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 22 (2019)

Dari tabel 4.25 di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing r hitung $>$ r tabel (0,201) dan bernilai positif. Dengan demikian setiap item pertanyaan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsisten alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran di ulang. Instrument kuesioner yang tidak reliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Uji reliabilitas digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Croanbach's Alpha* $>$ 0,60.

Tabel 4.28 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kebijakan Harga**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	13

Sumber: Data diolah SPSS 22 (2019)

Tabel 4.29 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	8

Sumber: Data diolah SPSS 22 (2019)

Berdasarkan tabel 4.26 dan 4.27 di peroleh *Alpha Cronbach's* untuk variabel kebijakan harga, 0,783 dan untuk keputusan pembelian 0,710 maka dapat di simpulkan data bersifat reliabel karena *Alpha Cronbach's* > 0,60.

3. Uji Linearitas

Cara yang paling mudah untuk menentukan linearitas dengan uji *sig*, *Linearity* dan *Sig, Deviation From Linearity*. Jika nilai $\text{sig} < \alpha = 0,10$ maka model regresi adalah linear dan sebaliknya.

Tabel 4.30 Hasil Uji Linieritas Kebijakan harga dan Keputusan pembelian

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kebija	Between	(Combined	912.130	17	53.655	2.318	.007
kan_h	Groups	Linearity	573.829	1	573.789	24.787	.000
Arga		Deviation					
Keput		From	338.301	16	21.144	.913	.557
usan_		Linearity					
Pemb	Within Groups		1805.704	78	23.150		
Eliau	Total		2717.833	95			

Sumber: Data diolah SPSS 22 (2019)

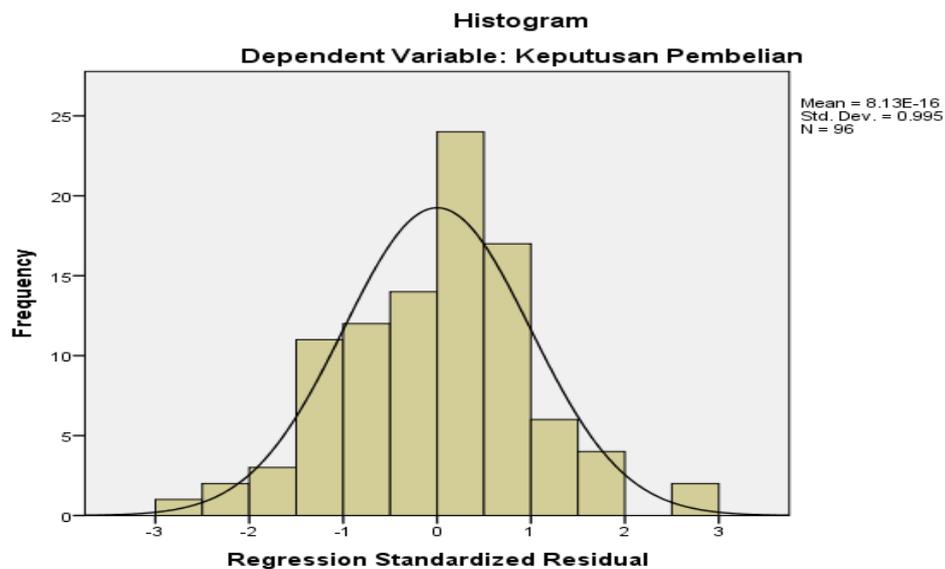
Berdasarkan tabel 4.28 di atas nilai signifikan: Dari output SPSS di atas di perolehlah nilai signifikansi = 0,557 lebih besar dari 0,10, yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel kebijakan harga (X) dengan variabel keputusan pembelian (Y)

4. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui kenormalan distribusi sebaran skor variabel. Uji normalitas ini menggunakan teknik uji *kolomograv smirnov*. Dan pengujiannya menggunakan IBM SPSS Statistics 22, dengan kaidah jika nilai signifikansi > 0,10 maka distribusi sebaran skor variabel normal. Cara yang ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan Grafik Normal P-Plot dengan melihat penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus,

maka datanya normal. Adapun uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

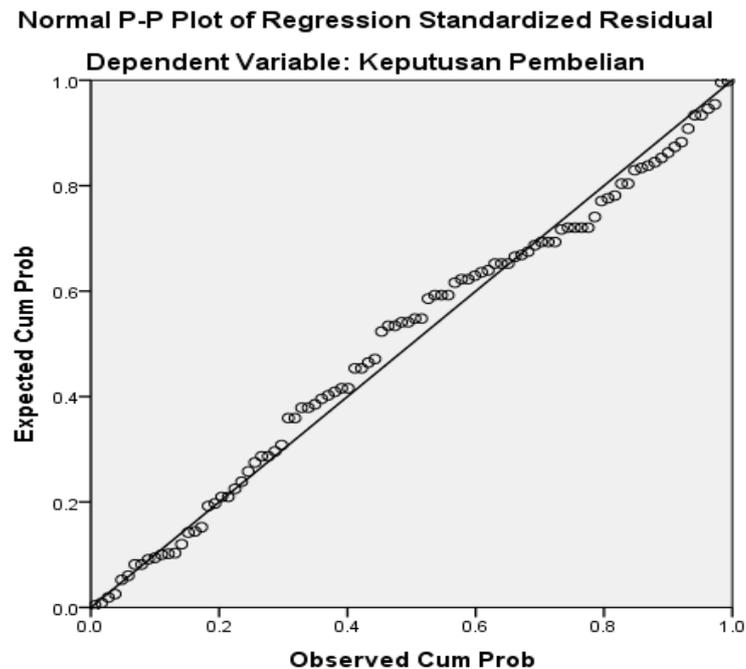
Grafik 4.1 Histogram Uji Normalitas Antara Variabel Kebijakan Harga (X) dengan Keputusan Pembelian (Y)



Sumber: Data diolah SPSS 22 (2019)

Berdasarkan grafik histogram pada gambar 4.1 residual data menunjukkan kurva normal berbentuk lonceng sempurna. Dapat di simpulkan bahwa residual data yang didapat tersebut mengikuti distribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Grafik 4.2 Normal Probability Plot Antara Variabel Kebijakan Harga (X) dengan keputusan pembelian (Y)



Sumber: Data diolah SPSS 22 (2019)

Berdasarkan hasil normalitas P-Plot pada gambar 5 di atas, residual penyebaran data belum terlalu berbentuk garis normal (garis lurus). Untuk lebih memastikan, maka residual akan kembali diuji dengan Uji Komolgov di bawah ini.

Tabel 4.31 Nilai Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov Untuk Kebijakan Harga Dan Keputusan Pembelian.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Total_X	Total_Y
N		96	96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	52.96	30.19
	Std. Deviation	5.349	4.128
	Most Extreme Differences		
	Absolute	.106	.109
	Positive	.106	.092
	Negative	-.063	-.109
Kolmogorov-Smirnov Z		1.060	1.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.211	.191

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah SPSS 22 (2019)

Berdasarkan hasil Uji Kolmogorov Smirnov pada Asymp. Sig di atas adalah untuk variabel kebijakan harga (X) 0,211, dan nilai sig untuk variabel keputusan pembelian (Y) adalah 0,191. Yang artinya berdistribusi normal karena berada di atas 0,10.

5. Uji Hipotesis

Hipotesis yang diajukan yaitu terdapat hubungan positif antara variabel X dengan Y. Peneliti dapat membuktikan hipotesis ini melalui analisis regresi dan analisis korelasi sederhana.

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan salah satu metode regresi yang dapat dipakai sebagai alat inferensi statistik untuk menentukan pengaruh sebuah variabel bebas (*independen*) yaitu kebijakan harga (X) terhadap variabel terikat (*dependen*) yaitu keputusan pembelian (Y), dengan menggunakan *Software IBM SPSS Statistics 22*. Sebagai berikut:

Tabel 4.32 Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1 (Constant)	11.408	3.763		3.032	.003	3.937	18.880
Kebijakan Harga	.355	.071	.459	5.016	.000	.214	.495

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah SPSS 22 (2019)

Hasil regresi dalam penelitian ini menggunakan *Standardized Coefficients*. Maka persamaan linear dari hasil regresi yang didapat adalah sebagai berikut:

$$Y = 11,408 + 0,355 X$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta Nilai konstanta b_0 sebesar 11,408 artinya jika kebijakan harga nilainya 0, maka terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari membeli di perusahaan Shopee online meningkat sebesar 0,355.
- 2) Jika b_1 sebesar 0,355 artinya jika kebijakan harga ditingkatkan sebesar 1% maka peningkatan Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebesar 0,355% dengan asumsi kebijakan harga

Berdasarkan hasil persamaan tersebut dapat di peroleh penjelasan bahwa variabel kebijakan harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membeli di perusahaan shopee online, yang dapat diartikan apabila kebijakan harga ada pengaruh, terdapat pengaruh antara kebijakan harga dengan keputusan pembelian. Dibuktikan dengan hasil pengujian yang tertara pada output SPSS diatas, pada tabel *coefficients* diketahui nilai t sebesar 5.016 dengan nilai sig 0,000 (artinya nilai sig tersebut $< 0,10$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara kebijakan harga terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membeli di perusahaan shopee online.

b. Uji T

Uji t di lakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* secara individual terhadap variabel *dependen*, apakah pengaruhnya signifikan atau

tidak. Kriteria dalam pengambilan keputusan uji t, yaitu apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, sedangkan apabila $t_{hitung} > t_{hitung}$ maka H_0 ditolak. Sebelumnya kita harus menentukan df terlebih dahulu dengan cara $df = n - k$ $df = 96 - 2 = 94$ maka di didapatkan $t_{tabel} = t_{(\alpha/2) (n-2)} = t_{(0,05/2) (96-2)} = t_{(0,025) (94)} = 1,986$ Uji t menggunakan *software IBM SPSS Statistics 22*, dengan hasil yang didapat sebagai berikut:

Tabel 4.33 Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1 (Constant)	11.408	3.763		3.032	.003	3.937	18.880
Kebijakan Harga	.355	.071	.459	5.016	.000	.214	.495

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah SPSS 22 (2019)

Berdasarkan hasil analisis SPSS pada tabel 4.31 maka dapat di simpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Karena $t_{hitung} 5,016 > t_{tabel} = 1,984$. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara kebijakan harga terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membeli di perusahaan Shopee online.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Setelah memperoleh nilai koefisien b dan nilai t serta persamaan garis regresinya, maka untuk mengukur signifikansi antara variabel X terhadap variabel Y dengan cara menghitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi menyatakan persentase total variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1. Apabila R^2 mendekati 1, ini menunjukkan bahwa variasi variabel *dependen* dapat dijelaskan oleh variasi variabel *independen*. sebaliknya jika R^2 mendekati 0, maka variasi dari variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel *independen*. Hasil koefisien determinasi antara kebijakan harga terhadap keputusan mahasiswa.

Tabel 4.34 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.459 ^a	.211	.203	3.686	.211	25.159	1	94	.000

a. Predictors: (Constant), Kebijakan Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah SPSS 22 (2019)

Dari tabel perhitungan di atas di peroleh nilai koefisien determinasi (R), yaitu sebesar 0,459 yang berarti bahwa variabel kebijakan harga dalam penelitian ini mempengaruhi variabel keputusan mahasiswa sebesar 45,9% sedangkan selebihnya sebesar 54,1% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak

terdapat dalam penelitian ini. Hal ini berarti masih ada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membeli di perusahaan Shopee online.

d. Pengujian Koefisien Korelasi X Terhadap Variabel Y

Tabel 4.35 Koefisien Korelasi X Terhadap Variabel Y

Correlations

		Total_X	Total_Y
Total_X	Pearson	1	.459**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96
Total_Y	Pearson	.459**	1
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah SPSS 22 (2019)

Berdasarkan pada tabel 4.33 di atas, pada label *correlation* memperlihatkan bahwa kedua koefisien korelasi bernilai sebesar 0,459. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel kebijakan harga dan keputusan pembelian bernilai 0,459. Nilai ini menunjukkan variabel kebijakan harga dan keputusan pembelian berhubungan kuat. Untuk membuktikan hipotesis terdapat hubungan

yang signifikan antara variabel X dan Y lihat di $\text{sig} = 0,000$. Karena P- value lebih kecil dari $\alpha = 0,10$, maka H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dan Y.

e. Pembahasan

1) Pengaruh kebijakan harga terhadap keputusan mahasiswa membeli di perusahaan shopee online (Analisis Koefisien Korelasi)

Di dalam pembahasan ini akan di jabarkan mengenai hasil penelitian yang di peroleh melalui penyebaran angket kepada responden dengan kriteria yang telah di tentukan. Pada analisis data ini, diperoleh jawaban bahwa kebijakan harga Shopee yaitu diskon ongkos kirim memiliki pengaruh keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membeli di Perusahaan Shopee Online, di mana hasil hipotesisnya di terima dan terbukti setelah dihitung menggunakan rumus analisis koefisien korelasi dengan bantuan SPSS 22. Untuk hasil koefisien korelasi, dapat di ketahui bahwa adanya hubungan yang positif dan kuat antara kebijakan harga dan keputusan mahasiswa. Artinya semakin baik dan menariknya variabel kebijakan harga maka semakin kuat keputusan mahasiswa untuk membeli di Perusahaan Shopee Online. Melihat dari koefisien korelasi yaitu sebesar 0,459 maka pengaruh kebijakan harga terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari membeli Perusahaan Shopee Online kuat.

2) Pengaruh kebijakan harga terhadap keputusan mahasiswa membeli di perusahaan shope online (Analisis Uji T)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistik 22 uji t menunjukkan pada tabel *coefficients* diketahui $df = n - k$ $df = 96 - 2 = 94$ maka di didapatkan $t_{tabel} = t_{(\alpha/2) (n-2)} = t_{(0,05/2) (96-2)} = t_{(0,025) (94)} = 1,986$ karena nilai t_{hitung} 5,016 lebih kecil dari nilai 1,986, maka menerima H_1 dan menolak H_0 . Artinya bahwa ada pengaruh signifikansi antara variabel kebijakan harga terhadap keputusan mahasiswa. Hal ini dibuktikan pula pada hipotesis H_1 yang menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kebijakan harga terhadap keputusan mahasiswa membeli di Perusahaan Shopee Online.