

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Pengajian Data

1. Karakteristik Responden

Dalam mendapatkan data, peneliti menyebarkan kuesioner online yang diisi oleh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin. Penyerahan kuesioner tersebut dilakukan selama 5 hari mulai tanggal 11 Juni 2020-15 Juni 2020, data-data yang didapat melalui kuesioner ialah berasal dari 96 orang responden. Hasil jawaban kuesioner dirangkum dan dianalisis dengan IBM SPSS 22.0 *for windows*.

Karakteristik responden sebagai berikut:

a. Jurusan Responden

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

No	Jurusan	Jumlah	%
1	Ekonomi Syariah	63	65,6%
2	S1 Perbankan Syariah	15	15,6%
3	D3 Perbankan Syariah	6	6,3%
4	Asuransi Syariah	12	12,5%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner online menyatakan bahwa responden jurusan ekonomi syariah adalah sebanyak

63 orang atau 65,6%, responden jurusan S1 perbankan syariah adalah sebanyak 15 atau 15,6%, responden jurusan D3 perbankan syariah adalah sebanyak 6 atau 6,3%, atau responden jurusan asuransi syariah adalah sebanyak 12 atau 12,5%. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa dalam penelitian ini mayoritas jurusan ekonomi syariah.

b. Tahun Angkatan

Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Tahun Angkatan

No	Tahun Angkatan	Jumlah	%
1	>2016	14	14,6%
2	2016	63	65,6%
3	<2016	19	19,8%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa tahun angkatan responden yang terbanyak adalah angkatan 2016 yaitu sebanyak 63 atau 65,6%, setelah itu angkatan yang < 2016 yaitu sebanyak 19 atau 19,8% responden, kemudian responden angkatan yang > 2016 sebanyak 14 atau 14,6% orang. Jadi bisa disimpulkan bahwa dalam penelitian ini mayoritas tahun angkatan 2016.

c. Jenis kelamin

Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Laki-laki	37	38,5%

2	Perempuan	59	61,5%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Berdasarkan tabel diatas, responden laki-laki adalah sebanyak 37 orang atau 38,5% dan responden perempuan adalah 59 orang atau 61,5%. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa dalam penelitian ini mayoritas perempuan.

d. Intensitas Transaksi

Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Intensitas Transaksi

No	Transaksi	Jumlah	%
1	<2 Kali	83	86,5%
2	3-5 Kali	11	11,5%
3	>5 Kali	2	2%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Berdasarkan tabel diatas, responden yang melakukan transaksi < 2 kali berjumlah 83 orang atau 86,5%, responden yang melakukan transaksi 3-5 kali berjumlah 11 orang atau 11,5% dan responden yang melakukan transaksi sebanyak > 5 kali berjumlah 2 orang atau 2%. Jadi disimpulkan bahwa mahasiswa yang melakukan transaksi di Bukalapak dipenelitian ini mayoritas < 2 kali.

2. Deskripsi Variabel

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner kepada para responden, maka gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin Dalam Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Penjelasan responden terhadap variabel Faktor Budaya (X1)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel faktor budaya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5 (X1.1) Gaya Hidup Modern Memengaruhi Saya Dalam Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
2	Tidak Setuju (TS)	3	3,1%
3	Cukup Setuju (CS)	16	16,7%
4	Setuju (S)	35	36,5%
5	Sangat Setuju (SS)	41	42,7%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 42,7%, kemudian disusul dengan jawaban setuju 36,5%, kemudian yang menjawab cukup setuju 16,7%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 3,1% dan responden yang

menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa gaya hidup modern memengaruhi saya dalam membeli produk secara daring di aplikasi Bukalapak.

Tabel 4.6 (X1.2) Perkembangan dan Kemajuan Budaya Memengaruhi Saya Dalam Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2,1%
3	Cukup Setuju	27	28,1%
4	Setuju	55	57,3%
5	Sangat Setuju	12	12,5%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 57,3%, kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju 28,1%, kemudian yang menjawab sangat setuju 12,5%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 2,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa

perkembangan dan kemajuan budaya memengaruhi saya dalam membeli produk secara daring di aplikasi Bukalapak.

Tabel 4.7 (X1.3) Jenis suku atau ras memengaruhi saya dalam membeli produk secara daring di Aplikasi Bukalapak

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	6	6,3%
2	Tidak Setuju	50	52,1%
3	Cukup Setuju	27	28,1%
4	Setuju	12	12,5%
5	Sangat Setuju	1	1%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan tidak setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 52,1%, kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju 28,1%, kemudian yang menjawab setuju 12,5%, dilanjutkan oleh jawaban sangat tidak setuju 6,3% dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 1%. Angka ini menunjukkan jika mayoritas responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa jenis suku dan ras memengaruhi saya dalam membeli produk secara daring di aplikasi Bukalapak.

Tabel 4.8 (X1.4) Memutuskan Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak Karena Ingin Menunjukkan Kelas Sosial di Masyarakat

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	12	12,5%
2	Tidak Setuju	47	49%
3	Cukup Setuju	27	28,1%
4	Setuju	8	8,3%
5	Sangat Setuju	2	2,1%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan tidak setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 49%, kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju 28,1%, kemudian yang menjawab sangat tidak setuju 12,5%, dilanjutkan oleh jawaban setuju 8,3% dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 2,1%. Angka ini menunjukkan, jika mayoritas responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa memutuskan membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak karena ingin menunjukkan kelas sosial di masyarakat.

Tabel 4.9 (X1.5) Kelas Sosial Memengaruhi Saya Dalam Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak

No	Alternatif Jawaban	F	%
----	--------------------	---	---

1	Sangat Tidak Setuju	12	12,5%
2	Tidak Setuju	47	49%
3	Cukup Setuju	27	28,1%
4	Setuju	8	8,3%
5	Sangat Setuju	2	2,1%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan tidak setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 49%, kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju 28,1%, kemudian yang menjawab sangat tidak setuju 12,5%, dilanjutkan oleh jawaban setuju 8,3% dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 2,1%. Angka ini menunjukkan, jika mayoritas responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa kelas sosial memengaruhi saya dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

b. Penjelasan responden terhadap variabel Faktor Sosial (X2)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel faktor sosial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10 (X2.1) Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak Karena Saran Dari Teman

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%

2	Tidak Setuju (TS)	13	13,5%
3	Cukup Setuju (CS)	31	32,3%
4	Setuju (S)	49	51%
5	Sangat Setuju (SS)	3	3,2%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 51%, kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju 32,3%, kemudian yang menjawab tidak setuju 13,5%, dilanjutkan oleh jawaban sangat setuju 3,2% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak karena saran dari teman.

Tabel 4.11 (X2.2) Orang-orang di Sekitar Memengaruhi Saya Dalam Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
2	Tidak Setuju (TS)	15	15,7%
3	Cukup Setuju (CS)	36	37,5%
4	Setuju (S)	39	40,6%
5	Sangat Setuju (SS)	5	5,2%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 40,6%, kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju 37,5%, kemudian yang menjawab tidak setuju 15,7%, dilanjutkan oleh jawaban sangat setuju 5,2% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1%. Angka ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa orang-orang disekitar memengaruhi saya dalam membeli produk secara daring di aplikasi Bukalapak.

Tabel 4.12 (X2.3) Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak Karena Pengaruh Keluarga

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	7	7,3%
2	Tidak Setuju (TS)	34	35,4%
3	Cukup Setuju (CS)	38	39,6%
4	Setuju (S)	17	17,7%
5	Sangat Setuju (SS)	0	0%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan cukup setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 39,6%, kemudian disusul dengan

jawaban tidak setuju 35,4%, kemudian yang menjawab setuju 17,7%, dilanjutkan oleh jawaban sangat tidak setuju 7,3% dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 0%. Angka ini menunjukkan jika mayoritas responden cukup setuju dengan pernyataan bahwa membeli produk secara daring di aplikasi Bukalapak karena pengaruh keluarga.

Tabel 4.13 (X2.4) Memutuskan Untuk Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak Agar Dapat Menggambarkan Status Sosial

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	12	12,5%
2	Tidak Setuju (TS)	48	50%
3	Cukup Setuju (CS)	24	25%
4	Setuju (S)	10	10,4%
5	Sangat Setuju (SS)	2	2,1%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan tidak setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 50%, kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju 25%, kemudian yang menjawab sangat tidak setuju 12,5%, dilanjutkan oleh jawaban setuju 10,4% dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 2,1%. Angka ini menunjukkan jika mayoritas responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa

memutuskan untuk membeli produk secara daring di aplikasi Bukalapak agar dapat menggambarkan status sosial.

Tabel 4.14 (X2.5) Aplikasi Belanja Secara Daring Yang Saya Pilih Dapat Mewakili Peran dan Status di Masyarakat

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	13	13,5%
2	Tidak Setuju (TS)	46	47,9%
3	Cukup Setuju (CS)	25	26%
4	Setuju (S)	10	10,5%
5	Sangat Setuju (SS)	2	2,1%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan tidak setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 47,9%, kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju 26%, kemudian yang menjawab sangat tidak setuju 13,5%, dilanjutkan oleh jawaban setuju 10,5% dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 2,1%. Angka ini menunjukkan jika mayoritas responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa aplikasi belanja secara daring yang saya pilih dapat mewakili peran dan status dimasyarakat.

c. Penjelasan responden terhadap variabel Faktor Pribadi (X3)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel faktor pribadi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.15 (X3.1) Pekerjaan Memengaruhi Saya Dalam Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3,1%
2	Tidak Setuju (TS)	13	13,5%
3	Cukup Setuju (CS)	34	35,4%
4	Setuju (S)	40	41,7%
5	Sangat Setuju (SS)	6	6,3%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 41,7%, kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju 35,4%, kemudian yang menjawab tidak setuju 13,5%, dilanjutkan oleh jawaban sangat setuju 6,3% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3,1%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa pekerjaan memengaruhi saya dalam membeli produk secara daring di aplikasi Bukalapak.

Tabel 4.16 (X3.2) Pendapatan atau Budget Sangat Memengaruhi Saya Dalam Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
2	Tidak Setuju (TS)	5	5,1%
3	Cukup Setuju (CS)	10	10,5%
4	Setuju (S)	52	54,2%
5	Sangat Setuju (SS)	28	29,2%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 54,2%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 29,2%, kemudian yang menjawab cukup setuju 10,5%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 5,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa pendapatan atau budget sangat memengaruhi saya dalam membeli produk secara daring di aplikasi Bukalapak.

Tabel 4.17 (X3.3) Kondisi Keuangan Saya Sesuai Dengan Harga Yang Ditawarkan Toko Daring di Aplikasi Bukalapak

No	Alternatif Jawaban	F	%
----	--------------------	---	---

1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
2	Tidak Setuju (TS)	2	2,1%
3	Cukup Setuju (CS)	25	26%
4	Setuju (S)	54	56,3%
5	Sangat Setuju (SS)	14	14,6%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 56,3%, kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju 26%, kemudian yang menjawab sangat setuju 14,6%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 2,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa kondisi keuangan saya sesuai dengan harga yang ditawarkan toko daring di aplikasi Bukalapak.

Tabel 4.18 (X3.4) Gaya Hidup Praktis Memengaruhi Saya Dalam Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
2	Tidak Setuju (TS)	6	6,3%
3	Cukup Setuju (CS)	37	38,5%
4	Setuju (S)	41	42,7%

5	Sangat Setuju (SS)	11	11,5%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 42,7%, kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju 38,5%, kemudian yang menjawab sangat setuju 11,5%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 6,3% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa gaya hidup praktis memengaruhi saya dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

Tabel 4.19 (X3.5) Selera Saya Sangat Sesuai Dengan Berbagai Macam Produk Yang di Tawarkan Toko Daring Pada Aplikasi Bukalapak

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	3	3,1%
3	Cukup Setuju (CS)	53	55,2%
4	Setuju (S)	35	36,5%
5	Sangat Setuju (SS)	5	5,2%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan cukup setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 55,2%, kemudian disusul dengan jawaban setuju 36,5%, kemudian yang menjawab sangat setuju 5,2%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 3,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden cukup setuju dengan pernyataan bahwa selera saya sangat sesuai dengan berbagai macam produk yang ditawarkan toko daring pada aplikasi bukalapak.

d. Penjelasan responden terhadap variabel Faktor Psikologis (X4)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel faktor psikologis dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.20 (X4.1) Kebutuhan Hidup Memengaruhi Saya Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	11	11,5%
3	Cukup Setuju (CS)	26	27,1%
4	Setuju (S)	41	42,7%
5	Sangat Setuju (SS)	18	18,7%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 42,7%, kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju 27,1%, kemudian yang menjawab sangat setuju 18,7%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 11,5% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa kebutuhan hidup memengaruhi saya membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

Tabel 4.21 (X4.2) Kenyamanan Pelayanan Toko Daring Memengaruhi Saya Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	4	4,2%
3	Cukup Setuju (CS)	36	37,5%
4	Setuju (S)	51	53,1%
5	Sangat Setuju (SS)	5	5,2%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 53,1%, kemudian disusul dengan jawaban

cukup setuju 37,5%, kemudian yang menjawab sangat setuju 5,2%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 4,2% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa kenyamanan pelayanan toko daring memengaruhi saya membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

Tabel 4.22 (X4.3) Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak Karena Pengalaman Sebelumnya

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	11	11,5%
3	Cukup Setuju (CS)	37	38,5%
4	Setuju (S)	47	49%
5	Sangat Setuju (SS)	1	1%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 49%, kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju 38,5%, kemudian yang menjawab tidak setuju 11,5%, dilanjutkan oleh jawaban sangat setuju 1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa membeli

produk secara daring di aplikasi bukalapak karena pengalaman sebelumnya.

Tabel 4.23 (X4.4) Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak Karena Banyaknya Konsumen Lain Yang Membeli

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	9	9,4%
3	Cukup Setuju (CS)	43	44,8%
4	Setuju (S)	41	42,7%
5	Sangat Setuju (SS)	3	3,1%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan cukup setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 44,8%, kemudian disusul dengan jawaban setuju 42,7%, kemudian yang menjawab tidak setuju 9,4%, dilanjutkan oleh jawaban sangat setuju 3,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak karena banyaknya konsumen lain yang membeli.

Tabel 4.24 (X4.5) *Hobby Shopping* Memengaruhi Saya Dalam Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	5	5,2%
2	Tidak Setuju (TS)	15	15,7%
3	Cukup Setuju (CS)	39	40,6%
4	Setuju (S)	32	33,3%
5	Sangat Setuju (SS)	5	5,2%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan cukup setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 40,6%, kemudian disusul dengan jawaban setuju 33,3%, kemudian yang menjawab tidak setuju 15,7%, dilanjutkan oleh jawaban sangat setuju 5,2% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 5,2%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa *hobby shopping* memengaruhi saya dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

e. Penjelasan responden terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.25 (Y.1) Saya Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak Sesuai Kebutuhan Saya

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Cukup Setuju (CS)	14	14,6%
4	Setuju (S)	40	41,7%
5	Sangat Setuju (SS)	41	42,7%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 42,7%, kemudian disusul dengan jawaban setuju 41,7%, kemudian yang menjawab cukup setuju 14,6%, dilanjutkan oleh jawaban sangat tidak setuju 1% dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa saya membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak sesuai kebutuhan saya.

Tabel 4.26 (Y.2) Sebelum Saya Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak Saya Mencari Informasi Tentang Aplikasi Bukalapak Tersebut

No	Alternatif Jawaban	F	%
----	--------------------	---	---

1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Cukup Setuju (CS)	16	16,7%
4	Setuju (S)	68	70,8%
5	Sangat Setuju (SS)	12	12,5%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 70,8%, kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju 16,7%, kemudian yang menjawab sangat setuju 12,5%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa sebelum saya membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak saya mencari informasi tentang aplikasi bukalapak tersebut.

Tabel 4.27 (Y.3) Berbelanja Secara Daring Melalui Aplikasi Bukalapak Merupakan Pilihan Alternatif Untuk Memenuhi Kebutuhan Saya

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	3	3,1%
3	Cukup Setuju (CS)	35	36,5%

4	Setuju (S)	50	52,1%
5	Sangat Setuju (SS)	8	8,3%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 52,1%, kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju 36,5%, kemudian yang menjawab sangat setuju 8,3%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 3,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa berbelanja secara daring melalui aplikasi bukalapak merupakan pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhan saya.

Tabel 4.28 (Y.4) Saya Yakin Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak Merupakan Keputusan Yang Tepat

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	4	4,3%
3	Cukup Setuju (CS)	47	49%
4	Setuju (S)	43	43,8%
5	Sangat Setuju (SS)	3	3,1%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan cukup setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 49%, kemudian disusul dengan jawaban setuju 43,8%, kemudian yang menjawab tidak setuju 4,3%, dilanjutkan oleh jawaban sangat setuju 3,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden cukup setuju dengan pernyataan bahwa saya yakin membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak merupakan keputusan yang tepat.

Tabel 4.29 (Y.5) Saya Merasa Puas Setelah Membeli Produk Secara Daring di Aplikasi Bukalapak

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
2	Tidak Setuju (TS)	2	2,1%
3	Cukup Setuju (CS)	50	52,1%
4	Setuju (S)	39	40,6%
5	Sangat Setuju (SS)	4	4,2%
	Total	96	100

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan cukup setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 52,1%, kemudian disusul dengan jawaban setuju 40,6%, kemudian yang menjawab sangat setuju 4,2%,

dilanjutkan oleh jawaban sangat setuju 2,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden cukup setuju dengan pernyataan bahwa saya merasa puas setelah membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan dengan mengukur valid tidaknya suatu angket penelitian. Suatu angket dikatakan valid jika pertanyaan tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket. Untuk menguji tingkat validitas instrument pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi *pearson product moment*. Valid tidaknya butir pertanyaan variabel dapat dilihat dengan membandingkan nilai r hitung $> r$ tabel. Mengetahui derajat bebas (*degree of freedom*=df) diketahui dari jumlah sampel atau responden ($df = N - 2$), $N = 96$ maka $df = 96 - 2 = 94$ dengan tingkat signifikansi 10% atau 0,01.

Hasil pengamatan pada r Tabel didapatkan nilai dari sampel (N) = 96 sebesar 0,168. Merujuk pada hasil uji validitas dihasilkan bahwa semua instrument mulai dari variabel X yang terdiri dari X_1 (Faktor Budaya), X_2 (Faktor Sosial), X_3 (Faktor Pribadi), X_4 (Faktor Psikologis) semuanya menghasilkan nilai (r hitung) $>$ daripada r Tabel sebesar 0,168. Selain itu semua instrument variabel keputusan pembelian (Y) yang terdiri dari Y_1 , Y_2 , Y_3 , Y_4 , Y_5 semuanya menghasilkan nilai (r hitung) $>$ daripada r

Tabel sebesar 0,168. Berikut adalah hasil dari uji validitas dengan bantuan SPSS 22 *for windows* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Variabel X1 Faktor Budaya

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,462	0,168	Valid
2	0,425	0,168	Valid
3	0,714	0,168	Valid
4	0,769	0,168	Valid
5	0,717	0,168	Valid

Sumber: Data Diolah, Rahma, 2020. (Lihat Lampiran)

Tabel 4.31 Hasil Uji Validitas Variabel X2 Faktor Sosial

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,706	0,168	Valid
2	0,723	0,168	Valid
3	0,668	0,168	Valid
4	0,802	0,168	Valid
5	0,678	0,168	Valid

Sumber: Data Diolah, Rahma, 2020. (Lihat Lampiran)

Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas Variabel X3 Faktor Pribadi

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,691	0,168	Valid
2	0,772	0,168	Valid

3	0,734	0,168	Valid
4	0,656	0,168	Valid
5	0,665	0,168	Valid

Sumber: Data Diolah, Rahma, 2020. (Lihat Lampiran)

Tabel 4.33 Hasil Uji Validitas Variabel X4 Faktor Psikologis

Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
1	0,667	0,168	Valid
2	0,732	0,168	Valid
3	0,735	0,168	Valid
4	0,631	0,168	Valid
5	0,646	0,168	Valid

Sumber: Data Diolah, Rahma, 2020. (Lihat Lampiran)

Tabel 4.34 Hasil Uji Validitas Variabel Y Keputusan Pembelian

Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
1	0,707	0,168	Valid
2	0,688	0,168	Valid
3	0,740	0,168	Valid
4	0,772	0,168	Valid
5	0,810	0,168	Valid

Sumber: Data Diolah, Rahma, 2020. (Lihat Lampiran)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi r hitung seluruh butir pertanyaan yang terdapat pada kuesioner lebih besar

dari nilai r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrument dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Dalam menguji reliabilitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *cronbach's alpha*, butir pertanyaan yang masuk dalam uji ini hanya butir yang dinyatakan valid saja. Syarat suatu instrument bisa dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$. Berikut hasil uji reliabilitas penelitian ini dengan bantuan SPSS 22 *for windows* dibawah ini.

Tabel 4.35 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.903	.908	25

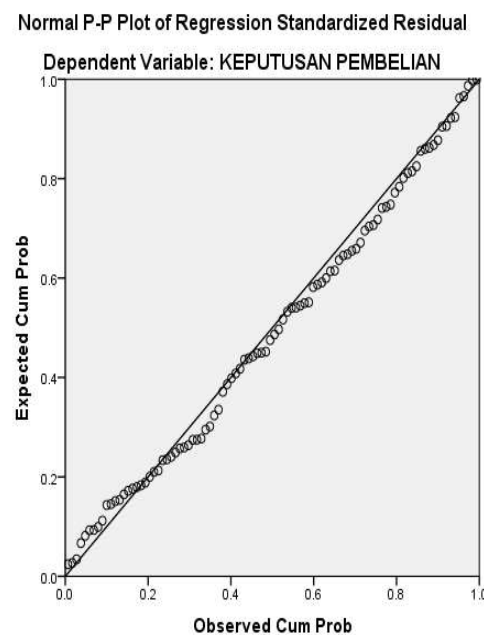
Sumber: Data Diolah, Rahma, 2020

Dari hasil uji reliabilitas didapatkan semua nilai dari hasil variabel X dan Y semuanya menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrument dalam penelitian ini reliabel. Maka dapat diartikan bahwa instrumen variabel yang terdapat pada kuesioner yang digunakan untuk melaksanakan penelitian ini reliabel sebagai alat ukur.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak karena model regresi linear yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan bantuan SPSS 22 *for windows*, grafik P-P plot dan uji *Kolmogorov-Smirnov* (Uji K-S) sebagai alat pengujian normalitas. Berikut adalah hasil perhitungan uji normalitas:



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-P plot

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Tabel 4.36 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized
		Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.53950393
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.045
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

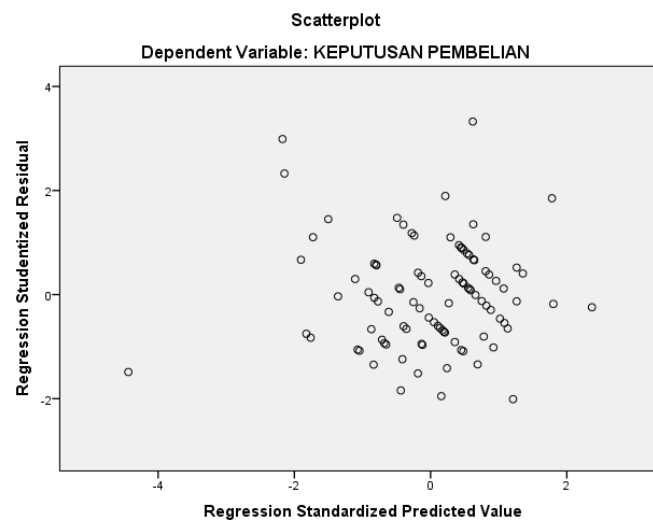
b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Berdasarkan hasil pengujian dari grafik P-P plot diatas terlihat pada sebaran data memusat pada nilai rata-rata dan median atau nilai PP terletak di garis diagonal, dan dari tabel 4.36 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov* bisa dilihat bahwa nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, yaitu 0,200 ($0,200 > 0,05$). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan dengan yang lain. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *scatterplot* untuk menguji terjadi atau tidaknya heterokedastisitas. Berikut hasil dari *scatterplot*:



Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas (*Scatterplot*)

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik pada grafik *scatterplot* menyebar secara acak pada bagian atas dan bawah 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

c. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji multikolonieritas menunjukkan variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Salah satu cara menguji apakah terdapat multikolinieritas adalah dengan melihat nilai VIF (*Varians Inflation Factor*). Tidak terjadinya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,

maka terjadi multikoloniearitas diantara variabel bebas. Sebaliknya, jika nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikoloniearitas diantara variabel bebas. Nilai *tolerance* dan VIF dapat dilihat ditabel berikut:

Tabel 4.37 Hasil Uji Multikoliniearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Faktor Budaya	0,669	1,495	Tidak Terjadi Multikoliniearitas
Faktor Sosial	0,645	1,551	Tidak Terjadi Multikoliniearitas
Faktor Pribadi	0,523	1,914	Tidak Terjadi Multikoliniearitas
Faktor Psikologis	0,458	2,181	Tidak Terjadi Multikoliniearitas

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Berdasarkan hasil pengujian multikoliniearitas yang terdapat pada tabel 4.37 dapat dilihat bahwa untuk variabel faktor budaya diperoleh output VIF hitung $1,495 < 10$ dan untuk *tolerance* hitung $0,669 > 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikoliniearitas. Sedangkan untuk *tolerance* hitung variabel faktor sosial (0,645), faktor pribadi (0,523), faktor psikologis (0,458), dari hasil nilai variabel tersebut semuanya lebih dari 0,1. Hasil VIF hitung dari variabel faktor sosial (1,551), faktor

pribadi (1,914), dan faktor psikologis (2,181), kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas pada keseluruhan variabel independen.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam melakukan pengolahan uji regresi linear berganda pada penelitian ini, peneliti menggunakan SPSS 22 *for windows*. Berdasarkan perhitungan regresi linear berganda antara faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis dan keputusan pembelian, hasil data yang diperoleh sebagai berikut (Tabel hasil analisis regresi linier berganda bisa dilihat di lampiran):

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + b_4.X_4 + e$$

$$Y = 4,096 + 0,155 X_1 + 0,127 X_2 + 0,353 X_3 + 0,231 X_4 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta

Jika tidak terdapat pengaruh faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), faktor pribadi (X_3), faktor psikologis (X_4), maka keputusan pembelian (Y) 4,096%.

b. Faktor Budaya (X_1)

Apabila faktor budaya (X_1) naik 1% maka keputusan pembelian (Y) akan naik 0,155. Sebaliknya jika faktor budaya (X_1) turun 1% maka keputusan pembelian (Y) akan turun 0,155. Faktor budaya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

c. Faktor Sosial (X_2)

Apabila faktor sosial (X_2) naik 1% maka keputusan pembelian (Y) akan naik 0,127. Sebaliknya jika faktor sosial (X_2) turun 1% maka keputusan pembelian (Y) akan turun 0,127. Faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

d. Faktor Pribadi (X_3)

Apabila faktor pribadi (X_3) naik 1% maka keputusan pembelian (Y) akan naik 0,353. Sebaliknya jika faktor Pribadi (X_3) turun 1% maka keputusan pembelian (Y) akan turun 0,353. Faktor pribadi (X_3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

e. Faktor Psikologis (X_4)

Apabila faktor psikologis (X_4) naik 1% maka keputusan pembelian (Y) akan naik 0,231. Sebaliknya jika faktor psikologis (X_4) turun 1% maka keputusan pembelian (Y) akan turun 0,231. Faktor psikologis (X_4) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

5. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (*R Square*)

Derajat ketepatan atau koefisien determinasi yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis) terhadap variabel terikat (Keputusan pembelian). Berikut ini hasil uji determinasi (*R Square*).

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.787 ^a	.620	.603	1.56906	1.861

a. Predictors: (Constant), FAKTOR PSIKOLOGIS, FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Tabel 4.38 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber: Data diolah, Rahma, 2020.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa besarnya *Adjusted R²* adalah 0,603 sama dengan 60,3% yang berarti variasi dalam variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan dalam variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis sebesar 60,3%. Berdasarkan tabel output SPSS diatas, diketahui nilai koefisien determinasi atau *R Square* adalah sebesar 0,620. Nilai *R Square* 0,620 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R”, yaitu $0,787 \times 0,787 = 0,620$. Besarnya angka koefisien determinasi (*R Square*) adalah 0,620 atau sama dengan 62%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), faktor pribadi (X_3), dan faktor psikologis (X_4) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 62%. Sedangkan sisanya ($100\% - 62\% = 38\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor

pribadi, faktor psikologis secara simultan terhadap variabel terikat, yaitu keputusan pembelian. Adapun hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara simultan yang signifikansi dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

H_a : ada pengaruh secara simultan yang signifikansi signifikansi dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* (α) = 0,1

Degree of freedom (df) = (k-1) (n - k - 1)

H_0 diterima dan H_a ditolak, Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $sig. > \alpha$

H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig. \leq \alpha$

Untuk mengetahui nilai F tabel dihitung dengan cara $df_1 = k - 1$, $df_2 = n - k - 1$, dan $\alpha = 10\%$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah semua variabel). Maka dari itu, $df_1 = 4$, $df_2 = 91$, hasil F tabel yang di peroleh adalah sebesar 2,01. Tingkat

signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 10% atau 0,1.

Adapun hasil uji F dari bantuan SPSS 22 *for windows* sebagai berikut:

Tabel 4.39 Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	365.370	4	91.343	37.102	.000 ^b
	Residual	224.036	91	2.462		
	Total	589.406	95			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), FAKTOR PSIKOLOGIS, FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI

Sumber: Dara diolah penelitian, Rahma, 2020.

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.39 nilai F_{hitung} sebesar 37,102, dan F_{tabel} sebesar 2,01, jadi $F_{hitung} 37,102 > F_{tabel} 2,01$ dan nilai signifikansi F adalah $0,000 < 0,1$. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis secara simultan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak, dengan tingkat kesalahan 10%.

c. Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh atau hubungan variabel antara variabel faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), faktor pribadi (X_3), faktor psikologis (X_4) dan keputusan pembelian (Y). Apakah variabel faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), faktor pribadi (X_3) dan faktor psikologis (X_4) benar-benar berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) secara terpisah atau parsial. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,1. Adapun hasil dari uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 4.40 Hasil Uji T (uji parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.096	1.235		3.317	.001
FAKTOR BUDAYA	.155	.075	.162	2.049	.043
FAKTOR SOSIAL	.127	.064	.158	1.967	.052
FAKTOR PRIBADI	.353	.080	.394	4.412	.000
FAKTOR PSIKOLOGIS	.231	.088	.251	2.634	.010

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data diolah penelitian, Rahma, 2020.

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* (α) = 0,10

Degree of freedom (df) = (n - k - 1)

H_0 diterima dan H_a ditolak, Jika $T_{hitung} \leq T_{tabel}$ atau $sig. > \alpha$

H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $sig. \leq \alpha$

1) Variabel Faktor Budaya (X_1)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara faktor budaya terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara faktor budaya terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan

bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

Berdasarkan tabel 4.40 dihasilkan nilai t_{hitung} variabel faktor budaya $2,049 > t_{tabel} 1,290$ atau nilai sig. $0,043 < \alpha$ $0,10$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel faktor budaya mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

Dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel faktor budaya memengaruhi keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bisa diterima.

2) Faktor Sosial (X_2)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikansi antara faktor sosial terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikansi antara faktor sosial terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan

bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

Berdasarkan tabel 4.40 dihasilkan nilai t_{hitung} variabel faktor sosial $1,967 > t_{tabel} 1,290$ atau nilai sig. $0,052 < \alpha$ $0,10$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel faktor sosial mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

Dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel faktor sosial memengaruhi keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bisa diterima.

3) Faktor Pribadi (X_3)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikansi antara faktor psikologis terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikansi antara faktor psikologis terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi

dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

Berdasarkan tabel 4.40 dihasilkan nilai t_{hitung} variabel faktor pribadi $4,412 > t_{tabel} 1,290$ atau nilai sig. $0,000 < \alpha$ $0,10$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel faktor pribadi mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

Dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel faktor pribadi memengaruhi keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bisa diterima.

4) Faktor Psikologis (X_4)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikansi antara faktor sosial terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikansi antara faktor sosial terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan

bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

Berdasarkan tabel 4.40 dihasilkan nilai t_{hitung} variabel faktor psikologis $2,634 > t_{tabel} 1,290$ atau nilai sig. $0,010 < \alpha$ $0,10$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel faktor psikologis mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak.

Dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel faktor psikologis memengaruhi keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk secara daring di aplikasi bukalapak. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bisa diterima.