

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat UIN Antasari Banjarmasin

Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin sebelum beralih status pada tahun 2017, dikenal oleh masyarakat dengan Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang didirikan pada tanggal 20 November 1964. Sejak 1964, terdapat 8 pemimpin/rektor yang memimpin IAIN Antasari Banjarmasin. Rektor pertama IAIN Antasari Banjarmasin adalah K.H. Zafri Zamzam. Saat awal kepemimpinannya, terdapat 4 fakultas yang berdiri yaitu Fakultas Syariah di Banjarmasin, Fakultas Syariah di Kandangan, Fakultas Tarbiyah di Barabai, dan Fakultas Ushuluddin di Amuntai. Selanjutnya berdiri Fakultas Tarbiyah di Banjarmasin diikuti Fakultas Tarbiyah cabang Martapura, cabang Rantau, dan cabang Kandangan. Fakultas baru yang didirikan kemudian pada tahun 1970 adalah Fakultas Dakwah di Banjarmasin. Pada akhirnya, IAIN Antasari memiliki 9 fakultas di akhir kepemimpinan Zafri Zamzam.

Pada tahun 1973, di bawah kepemimpinan Rektor kedua, H. Mastur Jahri, MA., diputuskan bahwa semua Fakultas Tarbiyah disatukan menjadi Fakultas Tarbiyah di Banjarmasin. Beliau juga

melanjutkan penyatuan fakultas lainnya menjadi satu fakultas seperti Fakultas Syariah Kandangan menjadi Fakultas Syariah bertempat di Banjarmasin dan Fakultas Ushuluddin Amuntai juga dipindah ke Banjarmasin tahun 1978. Hal ini menjadikan IAIN Antasari memiliki 4 fakultas di Banjarmasin yakni Fakultas Syariah, Fakultas Tarbiyah, Fakultas Dakwah, dan Fakultas Ushuluddin.

Rektor kelima yaitu Prof. Drs. K.H. M. Asywadie Syukur, Lc., menginisiasi pendirian Program Pascasarjana pada tahun 1999 dengan menyusun sebuah tim untuk merancang proposal pendirian yang dipresentasikan di Departemen Agama Pusat Jakarta. Akhirnya, Program Pascasarjana IAIN Antasari Banjarmasin resmi dibuka pada 2 Oktober 2000.

Berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 36 Tahun 2017 Tentang Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin tanggal 3 April 2017, IAIN Antasari Banjarmasin beralih status menjadi UIN Antasari Banjarmasin dengan rektor pertama yakni Prof. Dr. H. Akh. Fauzi Aseri, M.A. Seiring dengan perubahan alih status ini, didirikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Hal tersebut menjadikan UIN Antasari Banjarmasin memiliki 5 Fakultas yakni Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah, Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Program Pascasarjana.

2. Sejarah Singkat Universitas Lambung Mangkurat

Berdirinya Universitas Lambung Mangkurat yang biasa disingkat Unlam berawal dari yayasan Akademi Perniagaan Kalimantan dengan Akte Notaris Nomor 24 tanggal 21 September 1956. "Akademi Perniagaan Kalimantan" (APK) yang kemudian didirikan atas prakarsa Milono selaku Gubernur Kalimantan pada tahun 1957, APK sendiri didirikan dengan tujuan ikut serta dalam mencerdaskan kehidupan bangsa, mengembangkan dan menyebarkan luaskan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian serta menyiapkan mahasiswa menjadi anggota masyarakat yang berkemampuan akademik dan profesional, beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa terutama di daerah Kalimantan.

Selanjutnya atas inisiatif dan prakarsa dari para tokoh masyarakat serta pejuang kemerdekaan Republik Indonesia di Kalimantan Selatan yang pada tanggal 3-10 maret 1957 mengadakan reuni Kesatuan Tentara Nasional Indonesia Divisi Lambung Mangkurat di desa Niih, Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Reuni ini bertujuan untuk memperingati Proklamasi Gubernur Militer ALRI Divisi IV Kalimantan, sekaligus membicarakan pembangunan daerah Kalimantan. Salah satu hasil dari pertemuan tersebut adalah terbentuknya Dewan Lambung Mangkurat yang di antara beberapa

rencana kerjanya mendirikan sebuah perguruan tinggi di Kalimantan dengan nama Universitas Lambung Mangkurat.

Sebagai realisasi dari rencana Dewan Lambung Mangkurat tersebut, pada pertengahan tahun 1958 dibentuklah Panitia Persiapan Pembentukan Universitas Lambung Mangkurat. Dan pada tanggal 21 September 1958, Panitia dapat meresmikan berdirinya Universitas Lambung Mangkurat (dulu disingkat Unlam, sekarang disingkat ULM) dengan Presiden Universitas (sekarang, rektor) adalah Letkol. H. Hasan Basry, Wakil Presiden adalah Abdul Wabab Syahrane, dan Sekretaris Drs. Aspul Anwar. Pada mula berdirinya Universitas Lambung Mangkurat masih berstatus swasta dibawah naungan Yayasan Pendidikan Lambung Mangkurat yang pada waktu itu diketuai oleh H. Maksid (Mantan Gubernur KDH Kalimantan Selatan). Awalnya Universitas Lambung Mangkurat hanya terdiri atas Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Sosial dan Politik, Fakultas Islamologi, serta Kursus-kursus B I dan B II. Dengan terbentuknya Universitas Lambung Mangkurat, maka tugas Panitia yang dibentuk oleh Dewan Lambung Mangkurat sudah berakhir dan selanjutnya diserahterimakan kepada Yayasan Perguruan Tinggi Lambung Mangkurat yang didirikan dengan Akte Notaris Nomor 57 tanggal 12 Februari 1959. Serah terima ini diketahui oleh H. Maksid (Kepala Daswati I Kalimantan Selatan).

Setelah berjalan kurang lebih 2 tahun, Pemerintah Republik Indonesia melalui Peraturan Pemerintah Nomor : 41 tahun 1960

tertanggal 29 Oktober 1960, meresmikan Unlam sebagai Universitas Negeri pada tanggal 1 November 1960 yang diresmikan oleh Menteri Pendidikan, pengajaran dan kebudayaan (dulu, sekarang bernama Kementerian pendidikan dan kebudayaan. Pada saat peresmian itu Universitas Lambung Mangkurat memiliki 4 fakultas, yaitu Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas sosial dan politik (dulu, sekarang, Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik dan Fakultas pertanian. Fakultas pertanian itu sendiri baru berdiri pada tanggal 3 Oktober 1961 di Banjarbaru. Fakultas pertanian sendiri berdiri berkat kerjasama antara Yayasan perguruan tinggi lambung mangkurat dan Pimpinan Fakultas Pertanian Universitas Indonesia di Bogor. Sedangkan fakultas islamologi diserahkan kepada Fakultas syariah IAIN Yogyakarta pada tanggal 15 Januari 1961, yang membuka cabang di Banjarmasin. Pada perkembangannya Fakultas syariah IAIN Yogyakarta berubah menjadi IAIN antasari. Kursus-kursus B I dan B II sendiri, melalui pertimbangan oleh Kepala Perwakilan Departemen pendidikan, pengajaran dan kebudayaan Kalimantan Selatan pada waktu itu kepada Presiden unlam (sekarang Rektor unlam) pada tanggal 4 November 1961 ditingkatkan menjadi Fakultas keguruan Ilmu pendidikan.

Meski Universitas Lambung Mangkurat sudah ditingkatkan statusnya menjadi Universitas negeri, pembiayaan untuk penyelenggaraan perkuliahan dan administrasinya tetap didanai oleh Yayasan perguruan tinggi Lambung Mangkurat. Dengan bantuan

tersebut banyak didatangkan dosen-dosen dari Surabaya dan Yogyakarta. Selain itu, Yayasan juga membangun gedung baru pada tahun 1960 yang berlokasi di Banjarbaru. Rencananya bangunan tersebut ditempati oleh Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas sosial dan politik, dan Fakultas pertanian. Namun hanya Fakultas pertanian yang menempati gedung baru tersebut, sedangkan Fakultas yang lain menyelenggarakan perkuliahan di gedung lama di Banjarmasin.

Pada tahun 1964 dibentuk fakultas baru, yaitu Fakultas kehutanan dan Fakultas perikanan yang berlokasi di Banjarbaru. Sedangkan baru pada tahun 1965 dibentuklah Fakultas Teknik di lokasi yang sama.

Sampai pada tahun 1965, Unlam didanai oleh Yayasan. Dan sampai pada tahun ini pula tenaga pengajar yang diterbangkan. Setelah tahun 1965 Yayasan tidak lagi mendanai Unlam, dikarenakan mengalami masalah keuangan. Kemudian Unlam diambil alih oleh Pemerintah daerah tk I.

Dalam perkembangannya hingga sekarang ini, Universitas Lambung Mangkurat memiliki 10 fakultas dan 1 Program Pascasarjana, yaitu Fakultas Ekonomi, Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu politik, Fakultas hukum, Fakultas keguruan dan ilmu pendidikan, Fakultas teknik, Fakultas pertanian, Fakultas kehutanan, Fakultas perikanan, Fakultas kedokteran, Fakultas atematika dan ilmu

pengetahuan alam dan Program pasca sarjana.

Secara implisit oleh para pendirinya, Unlam dicita-citakan menjadi faktor penggerak pembangunan (*agent of development*) di kawasan kalimantan, baik dari konsepsi/wawasan pembangunan maupun penyedia sumber daya manusia. Dengan Cita-cita tersebut maka Universitas Lambung Mangkurat tidak terpisahkan dari hasrat masyarakat kalimantan untuk pembangunan pulau kalimantan sebagai bagian dari Republik Indonesia, agar segala potensi yang dimiliki pulau ini dapat menjadi sumber kemakmuran bangsa. Berdasar hal tersebutlah maka Unlam dapat dikatakan sebagai "Universitas Perjuangan"

3. Sejarah Singkat Univeritas Islam Kalimantan

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari (UNISKA MAB) lahir atas gagasan para tokoh-tokoh agama dan tuntutan masyarakat Kalimantan akan adanya perguruan tinggi yang bernafaskan Islam dan melahirkan intelektual muslim.

Cikal bakal berdirinya UNISKA MAB, diawali dengan Pendirian UNISAN (Universitas Islam Antasari) pada tahun 1961 atas ide almarhum K.H. Zafri Zamzam. Pada tahun 1964 UNISAN resmi dijadikan IAIN Antasari yang berafiliasi kepada IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (Cabang Banjarmasin) dengan Rektor (Alm.) KH. Zafri

Zamzam sendiri.

Melihat realitas tersebut, dalam seminar “Sejarah Kalimantan Selatan” yang berlangsung di Banjarmasin tanggal 23 s/d 25 September 1973, yang disusul lagi dengan Seminar serupa pada tanggal 8 s/d 10 April 1976 para peserta menggugah kembali gagasan mendirikan Perguruan Tinggi Swasta yang mengambil nama Syekh Muhammad Arsyad Al-Banjary sebagai kenang-kenangan akan jasa Almarhum yang sangat besar sebagai tokoh pembaharu dan penyebar Ilmu Agama Islam pertama di Kalimantan Selatan.

Gagasan dimaksud merupakan tindak lanjut dari keinginan dua orang tokoh ilmunan yaitu K.H Zafri Zamzam (Rektor IAIN Antasari) dan Prof. Anwari Dilmy (Rektor Universitas Lambung Mangkurat), namun gagasan tersebut belum terwujud kedua tokoh diatas telah meninggal dunia atas kehendak Allah yang kuasa, akhirnya ide tersebut juga merupakan keinginan warga Kalimantan yang berdomisili di Jakarta, atas prakarsa para pemuka warga masyarakat Kalimantan tersebut, tahun 1981 didirikanlah Yayasan Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary dengan Akte Notaris No.6 Tanggal 7 Juli 1981 dengan rekomendasi Kepala Kantor Depdikbud Propinsi Kalimantan Selatan, dirintis pendirian UNISKA MAB yang pada tahun akademik 1981/1982 itu juga, tepatnya tanggal 14 Juli 1981 pada tahap permulaan di buka dua akademi yaitu :

- a. Akademi Publisistik, dengan 125 orang mahasiswa baru, peresmian pembukaan oleh Gubernur KDH Tk.I Kalimantan Selatan
- b. Akademi Bahasa Asing, dengan 125 orang mahasiswa baru, yang peresmian pembukaannya oleh Kepala Kantor Wilayah Depdikbud Propinsi Kalimantan Selatan.

Untuk menambah pengalaman dan demi perkembangan UNISKA selanjutnya diadakan studi banding pada Januari 1982 dengan mengutus Drs.H.M. Nucholis Bakry dan Drs. Moegeni ke Universitas Islam Bandung (UNISBA). Pada kesempatan itu Drs.K.H.E.Z. Muttaqien (Rektor Unisba dan Ketua Gabungan PTS) memberikan petunjuk, bimbingan dan anjuran agar akademi-akademi tersebut segera ditingkatkan mejadi Fakultas, dan segera menghubungi Kopertis Wilayah VII Surabaya. Setelah melalui proses persiapan memenuhi persyaratan usulan mendirikan Fakultas, maka pada tahun 1982/1983 yang merupakan tahun ke 2, Yayasan UNISKA mengubah kedua Akademi tersebut menjadi UNISKA MAB dengan Fakultas yang dibina pertama adalah akademi Publistik menjadi Fakultas ilmu sosial dan Ilmu Politik (FISIP), jurusan Komunikasi dengan Program Studi Jurnalistik, dan jurusan Administrasi dengan Program Studi Administrasi Negara. Kedua akademi Bahasa Asing menjadi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP), jurusan Bahasa dan Seni Program Studi Bahasa Inggris, dan Jurusan Ilmu Pendidikan dengan

Program Studi Psikologi Pendidikan dan Bimbingan. Bersamaan dengan berdirinya kedua Fakultas ini, didirikan pula Fakultas baru yakni; Fakultas Ekonomi dengan Jurusan Manajemen Program Studi Manajemen, dan Fakultas Pertanian dengan Jurusan Peternakan Program Studi Produksi Ternak.

Pada bulan Februari 1985, keempat Fakultas tersebut telah mendapat Status Terdaftar di Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI dengan SK. Mendikbud No. 070/O/1985 tanggal 18 Februari 1985 dan diperbaharui dengan SK.Depdikbud No. 0395/O/1986 tanggal 23 Mei 1986. Status terdaftar suatu Perguruan Tinggi Swasta merupakan manifestasi kepercayaan Pemerintah kepada UNISKA MAB dalam pengelolaan Perguruan Tinggi di bawah Koordinasi Kopertis Wilayah VII Surabaya, dan dilanjutkan pada tahun 1990 di bawah Koordinasi Kopertis Wilayah XI Kalimantan di Banjarmasin. Kemudian pada tahun 1993 didirikan sebuah Fakultas Agama yakni Fakultas Syari'ah Jurusan Muamalat dan Jinayat, yang pada tahun 1993 mendapatkan Status Terdaftar pada Departemen Agama RI dengan SK Menag. RI No.382 tanggal 28 Desember 1993, dibawah Koordinasi Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta (Kopertais Wilayah XI) Kalimantan di Banjarmasin. Pada tahun 1988 telah terjadi perubahan nama Fakultas Syariah UNISKA program studi Muamalat jinayat sesuai dengan SK. Dirjen Binbaga Islam No. E/163/1998 tentang status terdaftar menjadi Fakultas Agama Islam program studi

muamalat dan sejak tahun 2014 ini berubah lagi menjadi Fakultas Studi Islam.

Pada tahun 1993 pemerintah memberikan penghargaan kepada UNISKA MAB meningkatkan statusnya dari "Terdaftar" menjadi "Diakui" kepada keempat Fakultas terdahulu yakni FISIP, FKIP, FEKON dan FAPERTA, sesuai dengan SK Dirjen Dikti Depdikbud RI Nomor: 625/Dikti/Kep/1993 tanggal 23 November 1993. Perjalanan selanjutnya pada tahun 1995 didirikan lagi sebuah Fakultas eksakta yakni Fakultas Teknik dengan program studi Teknik Mesin (D.III). sesuai SK. Dirjen Dikti No. 289/DIKTI/Kep/1998 tanggal 14 Agustus 1998 tentang status Terdaftar.

Terhitung sejak tahun akademik 1998/1999 UNISKA MAB telah memiliki 6 Fakultas dengan 8 program studi. Sebagai konsekuensi dari mutu lulusan perguruan tinggi dan mengacu pada berbagai peraturan perundangan maka seluruh program studi diajukan Akreditasinya ke Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT). Seluruh Program Studi yang diajukan telah memiliki peringkat Terakreditasi Baik dan Cukup.

Pada tahun 2003 sesuai dengan Rencana Strategis UNISKA MAB, maka didirikan satu Fakultas Eksakta baru yakni Fakultas Kesehatan Masyarakat (FKM) dengan Program Studi Kesehatan Masyarakat yang penyelenggaraannya berdasarkan atas Surat Departemen Pendidikan

Nasional Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Nomor: 2284/D/T/2003 tanggal 5 September 2003.

Selanjutnya berdasarkan Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Nomor : 1063/D/T/2008 tanggal 23 April 2008 tentang Ijin Penyelenggaraan Program-Program Studi Baru pada Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary Banjarmasin, dimana UNISKA MAB diberikan ijin untuk menyelenggarakan program studi baru yaitu S1 Agribisnis dengan SK Nomor 4024/D/T/K-XI/2010 tanggal 18 Oktober 2010 dan Fakultas Hukum dengan konsentrasi S1 Ilmu Hukum berdasarkan SK Nomor 4025/D/T/K-XI/2010 tanggal 18 Oktober 2010 serta S1 Program Studi Informatika dengan Surat Keputusan Nomor 4808/D/T/K-XI/2010 tanggal 10 Desember 2010. Selanjutnya pada tanggal 22 Oktober 2009 kembali UNISKA MAB diberikan ijin untuk menyelenggarakan Program Studi Ekonomi Syariah berdasarkan Surat Ijin dari Dirjen Dikti No.: D.dj.I/614/2009 dan Program Studi Kimia sesuai dengan SK Kepmendiknas No. 204/E/O/2011 tanggal 21/09/2011.

Pada tahun 2015 Universitas Islam Kalimantan memperoleh akreditasi B dari BAN-PT. Kemudian disusul dengan 3 izin program studi baru, yaitu: 1) S1 Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiya (PGMI) di bawah naungan Fakultas Studi Islam dengan terbitnya SK Dirjen Pendidikan Islam No. 361 Tanggal 20 Januari 2015, 2) S1 Sistem

Informasi di bawah naungan Fakultas Teknologi Informasi berdasarkan SK Kemenristek No. 427/M/Kp/VII/ 2015, dan 3) S1 Teknik Sipil di bawah naungan Fakultas Teknik berdasarkan SK Kemenristek No. 431/M/Kp/VII/2015.

Kemudian pada tahun 2017 UNISKA MAB kembali membuka dua program studi baru yaitu S2 Program Studi Administrasi Publik dan S1 Program Studi Pendidikan Olahraga dengan SK yang dikeluarkan oleh Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia dengan nomor 717/KPT/I/2017 tanggal 7 Desember 2017.

Jumlah keseluruhan dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari, Universitas Lambung Mangkurat jurusan Bahasa Indonesia, dan UNISKA jurusan Teknik Sipil berjumlah 1.366 berikut rincian jumlah mahasiswa tersebut.

Tabel : 4.1 Jumlah Mahasiswa FKIP ULM, Bisnis UNISKA dan FEBI UIN

No.	Jurusan	Mahasiswa
1.	Bahasa Indonesia	108
2.	Teknik Sipil	42
3.	Ekonomi Syariah	394
4.	Perbankan Syariah	594
5.	D3 Perbankan Syariah	92

6.	Asuransi Syariah	18
Jumlah		1.366

(sumber: Subag Registrasi ULM, UNISKA, dan UIN Antasari Banjarmasin tahun akademik 2018/2019 semester ganjil)

B. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dalam penyebaran kuesioner kepada seluruh mahasiswa di kota Banjarmasin dari semua jurusan dan angkatan yang menjadi responden. Pembagian jumlah sampel pada setiap jurusan berbeda, tergantung pada jumlah populasi pada jurusan yang dimaksud. Berikut jumlah sampel setiap jurusan:

Tabel : 4.2 Karakteristik berdasarkan jumlah sampel dari setiap jurusan

No	Jurusan	Mahasiswa	Sampel	Presentase
1	Bahasa Indonesia	108	36	38,71%
2	Teknik Sipil	42	10	10,75%
3	Ekonomi Syariah	394	36	38,71%

4	Perbankan Syariah	594	6	6,45%
5	D3 Perbankan Syariah	92	2	2,15%
6	Asuransi Syariah	19	3	3,23%
	Jumlah	1.366	93	100,00%

Sumber: hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas merupakan data yang dibuat agar memudahkan penyebaran kuesioner bagi peneliti sesuai populasi dari proporsi jurusan masing-masing, dengan memperlihatkan bahwa jurusan Bahasa Indonesia 38,71%, Teknik Sipil 10,75%, Ekonomi Syariah 38,71%, Perbankan Syariah 6,45%, D3 Perbankan Syariah 2,15%, dan Asuransi Syariah 3,23%.

Tabel : 4.3 Karakteristik berdasarkan penghasilan perbulan

No	Penghasilan Perbulan	Jumlah Orang	Presentase
1	Rp.< 1.000.000,-	53	56,99%
2	Rp.1.000.000-	29	31,19%

	Rp.2.000.000,-		
3	Rp.>2.000.000- Rp. 3.000.000,-	4	4,30%
4	Rp. >3.000.000,-	7	7,53%
Total		93	100,00%

Sumber: hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan data yang diperoleh dari penyebaran tingkat kuesioner memperlihatkan bahwa karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan. Rp .< 1.000.000,- sebanyak 53 orang atau 56,99%, penghasilan Rp.1.000.000- Rp.2.000.000,- sebanyak 29 orang atau 31,99%, penghasilan Rp.>2.000.000-Rp. 3.000.000,- sebanyak 4 orang atau 4,30%, dan penghasilan Rp. >3.000.000,- sebanyak 7 orang atau 7,53%.

Pada tahap berikutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah mengolah data yang sudah didapat dari penyebaran kuesioner kepada seluruh mahasiswa di kota Banjarmasin berdasarkan sampel yang telah di tentukan oleh peneliti.

C. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil pengumpulan data jawaban responden, maka gambaran yang berkaitan dengan harga (X1), kualitas (X2), dan brand (X3). Berikut penjelasan responden terhadap variabel pada harga (X1).

1. Indikator Harga (X1)

a. Harga Terjangkau

Tabel 4.4 harga yang ditawarkan di online shop sehingga mudah dimiliki oleh masyarakat

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	26	28.0%
2	Setuju	57	61.3%
3	Tidak setuju	8	8.6%
4	Sangat tidak setuju	2	2.2%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel harga dimana *online shop* memiliki keunggulan harga dalam berbelanja sebanyak 57

responden dengan presentase 61.3% menyatakan setuju, sebanyak 26 responden dengan presentase 28.0% menyatakan sangat setuju, sebanyak 8 responden dengan presentase 8.6% menyatakan tidak setuju, dan 2 responden dengan presentase 2.2% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang di berikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 57 responden. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen setuju dimana *online shop* memiliki keunggulan dalam harga yang di tawarkan.

b. Sesuai layanan yang akan diterima

Tabel 4.5 Harga yang di tawarkan di online shop kompetitif dibandingkan dengan harga yang di pasar tradisional (*offline*)

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	21	22.6%
2	Setuju	54	58.1%
3	Tidak setuju	15	16.1%
4	Sangat tidak setuju	3	3.2%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas di jelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel harga di mana lebih kompetitif dibandingkan dengan harga yang di pasar tradisional (*offline*) sebanyak 54 responden dengan presentase 58.1% menyatakan setuju, sebanyak 21 responden dengan presentase 22.6% menyatakan sangat setuju, sebanyak 15 responden dengan presentase 16.1% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 3 responden dengan presentase 3.2% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang di berikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 54 responden. Hal ini menunjukkan bahwa harga di *online shop* lebih kompetitif di bandingkan dengan harga yang di pasar tradisional (*offline*).

c. Sesuai fasilitas yang akan diterima

Tabel 4.6 Harga yang di tawarkan di online shop sesuai dengan kualitas yang diberikan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	26	28.0%
2	Setuju	29	31.2%

3	Tidak setuju	37	39.8%
4	Sangat tidak setuju	1	1.1%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel harga di mana harga yang di tawarkan di online shop sesuai dengan kualitas yang diberikan sebanyak 29 responden dengan presentase 31.2% menyatakan setuju, sebanyak 26 responden dengan presentase 28.0% menyatakan sangat setuju, sebanyak 37 responden dengan presentase 39.8% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 1 responden dengan presentase 1.1% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab tidak setuju yaitu sebanyak 37 responden. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang di tawarkan di online shop tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan.

d. Lebih murah dari pesaing

Tabel 4.7 Harga di online shop sesuai dengan manfaat

yang diberikan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	25	26.9%
2	Setuju	46	49.5%
3	Tidak setuju	20	21.5%
4	Sangat tidak setuju	2	2.2%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel harga di online shop sesuai dengan manfaat yang diberikan sebanyak 46 responden dengan presentase 49.5% menyatakan setuju, sebanyak 25 responden dengan presentase 26.9% menyatakan sangat setuju, sebanyak 20 responden dengan presentase 21.5% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 2 responden dengan presentase 2.2% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 46 responden. Hal ini menunjukkan bahwa harga di *online shop* sesuai dengan manfaat yang diberikan.

2. Indikator Kualitas (X2)

a. Kinerja

Tabel 4.8 Barang yang dijual di online shop memiliki kinerja yang berkualitas tinggi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	22	23.7%
2	Setuju	32	34.4%
3	Tidak setuju	34	36.6%
4	Sangat tidak setuju	5	5.4%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel kualitas di mana barang yang dijual di online shop memiliki kinerja yang berkualitas tinggi sebanyak 34 responden dengan presentase 36.6% menyatakan tidak setuju, sebanyak 32 responden dengan presentase 34.4% menyatakan setuju, sebanyak 22 responden dengan presentase 23.7% menyatakan sangat

setuju dan sebanyak 5 responden dengan presentase 5.4% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab tidak setuju yaitu sebanyak 34 responden. Hal ini menunjukkan bahwa barang yang dijual di online shop memiliki kinerja yang tidak berkualitas tinggi.

b. Daya Tahan

Tabel 4.9 Barang yang di jual di online shop merupakan barang yang tahan lama

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	19	20.4%
2	Setuju	27	29.0%
3	Tidak setuju	43	46.2%
4	Sangat tidak setuju	4	4.3%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel kualitas di mana barang yang dijual di *online shop* merupakan barang yang tahan lama sebanyak 43 responden dengan presentase 46.2%

menyatakan tidak setuju, sebanyak 27 responden dengan presentase 29.0% menyatakan setuju, sebanyak 19 responden dengan presentase 20.4% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 5 responden dengan presentase 4.3% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab tidak setuju yaitu sebanyak 43 responden. Hal ini menunjukkan bahwa barang yang dijual di *online shop* merupakan barang yang tidak tahan lama.

c. Reliabilitas

Tabel 4.10 Barang yang dijual di online shop memiliki ketahanan yang baik

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	19	20.4%
2	Setuju	28	30.1%
3	Tidak setuju	45	48.4%
4	Sangat tidak setuju	1	1.1%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban

responden terhadap variabel kualitas di mana arang yang dijual di *online shop* memiliki ketahanan yang baik sebanyak 45 responden dengan presentase 48.4% menyatakan tidak setuju, sebanyak 28 responden dengan presentase 30.1% menyatakan setuju, sebanyak 19 responden dengan presentase 20.4% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 1 responden dengan presentase 1.1% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab tidak setuju yaitu sebanyak 45 responden. Hal ini menunjukkan bahwa barang yang dijual di *online shop* memiliki ketahanan yang tidak baik.

d. Kesesuaian dengan spesifikasi

Tabel 4.11 Spesifikasi yang dijual di *online shop* sesuai dengan keterangan pada foto-foto atau gambar yang dipromosikann oleh perusahaan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	19	20.4%
2	Setuju	27	29.0%
3	Tidak setuju	43	46.2%
4	Sangat tidak setuju	4	4.3%

	Total	93	100.0%
--	-------	----	--------

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel kualitas di mana barang yang dijual di *online shop* memiliki ketahanan yang baik sebanyak 43 responden dengan presentase 46.2% menyatakan tidak setuju, sebanyak 27 responden dengan presentase 29.0% menyatakan setuju, sebanyak 19 responden dengan presentase 20.4% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 4 responden dengan presentase 4.3% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang di berikan kepada responden, mayoritas responden menjawab tidak setuju yaitu sebanyak 45 responden. Hal ini menunjukkan bahwa tidak spesifikasi yang dijual di *online shop* sesuai dengan keterangan pada foto-foto atau gambar yang dipromosikann oleh perusahaan.

e. Kesan kualitas

Tabel 4.12 Barang yang dijual di *online shop* memiliki kualitas yang baik

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
----	--------------------	-----------	------------

1	Sangat setuju	17	18.3%
2	Setuju	35	37.6%
3	Tidak setuju	41	44.2%
4	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel kualitas di mana barang yang dijual di *online shop* memiliki kualitas yang baik sebanyak 41 responden dengan presentase 44.2% menyatakan tidak setuju, sebanyak 35 responden dengan presentase 37.6% menyatakan setuju, sebanyak 17 responden dengan presentase 18.3% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 0 responden dengan presentase 0% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab tidak setuju yaitu sebanyak 41 responden. Hal ini menunjukkan bahwa barang yang dijual di *online shop* memiliki kualitas yang baik.

3. Indikator *Brand* (X3)

a. Kekuatan

Tabel 4.13 Fashion di *online shop* mudah dijumpai di toko-toko *online shop*

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	22	23.7%
2	Setuju	59	63.4%
3	Tidak setuju	11	11.8%
4	Sangat tidak setuju	1	1.1%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel brand di mana barang yang dijual di *online shop* memiliki kualitas yang baik sebanyak 59 responden dengan presentase 63.4% menyatakan setuju, sebanyak 22 responden dengan presentase 23.7% menyatakan sangat setuju, sebanyak 11 responden dengan presentase 11.8% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 1 responden dengan presentase 1.1% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 59 responden. Hal ini menunjukkan bahwa *fashion* di *online shop* mudah di jumpai di toko-toko *online*

shop.

Tabel 4.14 Desain yang di usung pada *online shop* sangat menarik perhatian konsumen

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	24	25.8%
2	Setuju	63	67.7%
3	Tidak setuju	5	5.4%
4	Sangat tidak setuju	1	1.1%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel brand di mana barang yang di jual di *online shop* memiliki kualitas yang baik sebanyak 63 responden dengan presentase 67.7% menyatakan setuju, sebanyak 24 responden dengan presentase 25.8% menyatakan sangat setuju, sebanyak 5 responden dengan presentase 5.4% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 1 responden dengan presentase 1.1% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan

kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 63 responden. Hal ini menunjukkan bahwa desain yang diusung pada *online shop* menarik perhatian konsumen.

Tabel 4.15 Harga yang bervariasi pada *online shop* sesuai dengan keunggulan pada spesifikasi yang ditawarkan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	13	14.0%
2	Setuju	59	63.4%
3	Tidak setuju	20	21.5%
4	Sangat tidak setuju	1	1.1%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel brand di mana barang yang dijual di *online shop* memiliki kualitas yang baik sebanyak 59 responden dengan presentase 63.4% menyatakan setuju, sebanyak 20 responden dengan presentase 21.5% menyatakan tidak setuju, sebanyak 13 responden dengan presentase 14.0% menyatakan sangat setuju dan sebanyak

1 responden dengan presentase 1.1% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 59 responden. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang bervariasi pada *online shop* sesuai dengan keunggulan pada spesifikasi yang ditawarkan.

Tabel 4.16 *Online shop* banyak digunakan oleh orang yang di sekitar

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	25	26.9%
2	Setuju	50	53.8%
3	Tidak setuju	16	17.2%
4	Sangat tidak setuju	2	2.2%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel brand di mana barang yang dijual di *online shop* memiliki kualitas yang baik sebanyak 50 responden dengan presentase 53.8% menyatakan setuju,

sebanyak 25 responden dengan presentase 26.9% menyatakan sangat setuju, sebanyak 16 responden dengan presentase 17.2% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 2 responden dengan presentase 2.2% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 50 responden. Hal ini menunjukkan bahwa *online shop* banyak digunakan oleh orang yang di sekitar

b. Keunikan

Tabel 4.17 Desain *online shop* terlihat lebih mewah dari pasar tradisional (*offline*) yang lain

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	25	26.9%
2	Setuju	49	52.7%
3	Tidak setuju	18	19.4%
4	Sangat tidak setuju	1	1.1%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban

responden terhadap variabel brand di mana desain *online shop* terlihat lebih mewah dari pasar tradisional (*offline*) yang lain sebanyak 49 responden dengan presentase 52.7% menyatakan setuju, sebanyak 25 responden dengan presentase 26.9% menyatakan sangat setuju, sebanyak 18 responden dengan presentase 19.4% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 1 responden dengan presentase 1.1% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 49 responden. Hal ini menunjukkan bahwa desain *online shop* terlihat lebih mewah dari pasar tradisional (*offline*) yang lain.

Tabel 4.18 Inovasi desain yang ditawarkan *online shop* berbeda dengan yang di pasar tradisional (*offline*)

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	19	20.4%
2	Setuju	58	62.4%
3	Tidak setuju	15	16.1%
4	Sangat tidak setuju	1	1.1%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel brand di mana inovasi desain yang ditawarkan *online shop* berbeda dengan yang di pasar tradisional (*offline*) sebanyak 58 responden dengan presentase 62.4% menyatakan setuju, sebanyak 19 responden dengan presentase 20.4% menyatakan sangat setuju, sebanyak 15 responden dengan presentase 16.1% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 1 responden dengan presentase 1.1% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 58 responden. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi desain yang ditawarkan *online shop* berbeda dengan yang di pasar tradisional (*offline*).

c. Keunggulan

Tabel 4.19 Nama *online shop* yang tidak terlalu sulit untuk diucapkan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	15	16.1%
2	Setuju	55	59.1%

3	Tidak setuju	23	24.7%
4	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel brand di mana nama *online shop* yang tidak terlalu sulit untuk di ucapkan sebanyak 55 responden dengan presentase 59.1% menyatakan setuju, sebanyak 23 responden dengan presentase 24.7% menyatakan sangat setuju, sebanyak 15 responden dengan presentase 16.1% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 0 responden dengan presentase 0% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 55 responden. Hal ini menunjukkan bahwa nama *online shop* yang tidak terlalu sulit untuk di ucapkan.

Tabel 4.20 *Online shop* memberikan dan menambah rasa percaya diri yang tinggi pada pemakaiannya

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	6	6.5%

2	Setuju	43	46.2%
3	Tidak setuju	42	45.2%
4	Sangat tidak setuju	2	2.2%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel brand di mana *online shop* memberikan dan menambah rasa percaya diri yang tinggi pada pemakaiannya sebanyak 43 responden dengan presentase 46.2% menyatakan setuju, sebanyak 42 responden dengan presentase 45.2% menyatakan tidak setuju, sebanyak 6 responden dengan presentase 6.5% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 2 responden dengan presentase 2% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang di berikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 43 responden. Hal ini menunjukkan bahwa *online shop* memberikan dan menambah rasa percaya diri yang tinggi pada pemakaiannya.

4. Indikator Minat Beli (Y)

a. Mencari informasi tentang produk dan jasa

Tabel 4.21 mengetahui informasi *online shop* dari beberapa media sosial

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	36	38.7%
2	Setuju	55	59.2%
3	Tidak setuju	2	2.2%
4	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel minat beli di mana dapat mengetahui informasi *online shop* dari beberapa media sosial sebanyak 55 responden dengan presentase 59.2% menyatakan setuju, sebanyak 36 responden dengan presentase 38.7% menyatakan sangat setuju, sebanyak 2 responden dengan presentase 6.5% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 0 responden dengan presentase 0%

menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang di berikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 55 responden. Hal ini menunjukkan bahwa dapat mengetahui informasi *online shop* dari beberapa media sosial.

Tabel 4.22 *Online shop* merupakan tempat berbelanja yang paling nyaman

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	11	11.8%
2	Setuju	49	52.7%
3	Tidak setuju	30	32.3%
4	Sangat tidak setuju	3	3.2%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel minat beli di mana *online shop* merupakan tempat berbelanja yang paling nyaman sebanyak 49 responden dengan presentase 52.7% menyatakan setuju, sebanyak 30 responden dengan

presentase 32.7% menyatakan tidak setuju, sebanyak 11 responden dengan presentase 11.8% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 3 responden dengan presentase 3.2% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 49 responden. Hal ini menunjukkan bahwa *online shop* merupakan tempat berbelanja yang paling nyaman.

b. Kesiediaan membayar barang atau jasa

Tabel 4.23 Aplikasi yang digunakan pada *online shop* lebih nyaman dari pada berbelanja di pasar tradisional (*offline*)

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	12	12.9%
2	Setuju	43	49.2%
3	Tidak setuju	32	34.4%
4	Sangat tidak setuju	6	6.5%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel minat beli di mana aplikasi yang digunakan pada *online shop* lebih nyaman dari pada berbelanja di pasar tradisional (*offline*) sebanyak 43 responden dengan presentase 49.2% menyatakan setuju, sebanyak 32 responden dengan presentase 34.4% menyatakan tidak setuju, sebanyak 12 responden dengan presentase 12.9% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 6 responden dengan presentase 6.5% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 43 responden. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi yang digunakan pada *online shop* lebih nyaman dari pada berbelanja di pasar tradisional (*offline*).

Tabel 4.24 berbelanja di *online shop* sangat nyaman dan mudah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	17	18.3%
2	Setuju	54	58.1%
3	Tidak setuju	21	22.6%
4	Sangat tidak setuju	1	1.1%

	Total	93	100.0%
--	-------	----	--------

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel minat beli di mana berbelanja di *online shop* sangat nyaman dan mudah sebanyak 54 responden dengan presentase 58.1% menyatakan setuju, sebanyak 21 responden dengan presentase 22.6% menyatakan tidak setuju, sebanyak 17 responden dengan presentase 18.3% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 1 responden dengan presentase 1.1% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 54 responden. Hal ini menunjukkan bahwa berbelanja di *online shop* sangat nyaman dan mudah.

c. Menceritakan hal positif

Tabel 4.25 menyukai berbelanja di *online shop* karena beberapa kelebihan yang tidak dimiliki di pasar tradisional (*offline*)

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	18	19.4%

2	Setuju	57	61.3%
3	Tidak setuju	15	16.1%
4	Sangat tidak setuju	3	3.2%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas di jelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel minat beli di mana berbelanja di *online shop* karena beberapa kelebihan yang tidak dimiliki di pasar tradisional (*offline*) sebanyak 57 responden dengan presentase 61.3% menyatakan setuju, sebanyak 18 responden dengan presentase 19.4% menyatakan sangat setuju, sebanyak 15 responden dengan presentase 16.1% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 3 responden dengan presentase 3.2% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 57 responden. Hal ini menunjukkan bahwa berbelanja di *online shop* karena beberapa kelebihan yang tidak dimiliki di pasar tradisional (*offline*).

Tabel 4.26 berminat berbelanja di *online shop* karena mudah digunakan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	20	21.5%
2	Setuju	59	63.4%
3	Tidak setuju	12	12.9%
4	Sangat tidak setuju	2	2.2%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas di jelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel minat beli di mana berminat berbelanja di *online shop* karena mudah digunakan sebanyak 59 responden dengan presentase 63.4% menyatakan setuju, sebanyak 20 responden dengan presentase 21.5% menyatakan sangat setuju, sebanyak 12 responden dengan presentase 12.9% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 2 responden dengan presentase 2.2% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang di berikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 59 responden. Hal ini menunjukkan bahwa berminat berbelanja di *online shop* karena mudah digunakan.

d. Kecenderungan untuk merekomendasikan

Tabel 4.27 berbelanja di *online shop* kalau uang yang dimiliki cukup

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	29	31.2%
2	Setuju	55	59.1%
3	Tidak setuju	9	9.7%
4	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel minat beli di mana berbelanja di *online shop* kalau uang yang dimiliki cukup sebanyak 55 responden dengan presentase 59.1% menyatakan setuju, sebanyak 29 responden dengan presentase 31.2% menyatakan sangat setuju, sebanyak 9 responden dengan presentase 9.7% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 0 responden dengan presentase 0% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada

responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 55 responden. Hal ini menunjukkan bahwa berbelanja di *online shop* kalau uang yang dimiliki cukup.

Tabel 4.28 Barang yang dijual di *online shop* memiliki harga bervariasi sehingga dapat memilih sesuai dengan keuangan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	24	25.8%
2	Setuju	66	71.0%
3	Tidak setuju	3	3.2%
4	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel minat beli di mana barang yang dijual di *online shop* memiliki harga bervariasi sehingga dapat memilih sesuai dengan keuangan sebanyak 66 responden dengan presentase 71.0% menyatakan setuju, sebanyak 24 responden dengan presentase 25.8% menyatakan sangat setuju, sebanyak 3 responden dengan

presentase 3.2% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 0 responden dengan presentase 0% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 66 responden. Hal ini menunjukkan bahwa barang yang dijual di *online shop* memiliki harga bervariasi sehingga dapat memilih sesuai dengan keuangan.

Tabel 4.29 berminat untuk berbelanja di *online shop* karena teman yang merekomendasikan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	11	11.8%
2	Setuju	47	50,5%
3	Tidak setuju	31	33.3%
4	Sangat tidak setuju	4	4.3%
	Total	93	100.0%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel minat beli di mana berminat untuk berbelanja di *online shop* karena teman yang merekomendasikan sebanyak 47 responden dengan

presentase 50.5% menyatakan setuju, sebanyak 31 responden dengan presentase 33.3% menyatakan tidak setuju, sebanyak 11 responden dengan presentase 11.8% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 4 responden dengan presentase 4.3% menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 47 responden. Hal ini menunjukkan bahwa berminat untuk berbelanja di *online shop* karena teman yang merekomendasikan.

5. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validasi item, yaitu menguji validasi terhadap kualitas item-itemnya. Pada hasil analisis item teknik korelasi untuk menentukan validasi item ini sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan. Pengujian dilakukan terhadap seluruh responden penelitian, yang selanjutnya diperoleh koefisien korelasi *product moment* dari hasil perhitungan, apabila nilai koefisien *product moment* lebih besar dari

0,3 maka item soal dinyatakan valid.

Untuk lebih jelasnya mengenai uji data secara validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel: 4.30
Hasil Uji Validitas

Faktor	Item	Validitas	
		R	Ket
Harga (X ₁)	X1.1	0,723	Valid
	X1.2	0,745	Valid
	X1.3	0,847	Valid
	X1.4	0,783	Valid
Kualitas (X ₂)	X2.1	0,905	Valid
	X2.2	0,889	Valid
	X2.3	0,897	Valid
	X2.4	0,843	Valid
	X2.5	0,834	Valid
Brand (X ₃)	X3.1	0,573	Valid
	X3.2	0,634	Valid
	X3.3	0,687	Valid
	X3.4	0,692	Valid
	X3.5	0,469	Valid
	X3.6	0,765	Valid
	X3.7	0,499	Valid
	X3.8	0,676	Valid
Minat Beli (Y)	Y.1	0,343	Valid
	Y.2	0,696	Valid
	Y.3	0,594	Valid
	Y.4	0,664	Valid
	Y.5	0,677	Valid
	Y.6	0,696	Valid
	Y.7	0,505	Valid
	Y.8	0,539	Valid
	Y.9	0,503	Valid

(Sumber : Data Diolah ,2019)

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan valid karena nilai koefisien korelasi yang dihasilkan adalah lebih besar dari 0,3.

b. Uji Reliabilitas

Pengukuran terhadap reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Alfa Cronbach (α). Dimana, biasanya reliabilitas suatu instrumen dapat diterima jika memiliki *Alfa Cronbach* minimal 0,6. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dinyatakan bahwa faktor penelitian adalah reliabel. Sedangkan nilai *Alfa Cronbach* masing-masing faktor adalah sebagai berikut:

Tabel: 4.31
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Faktor	Nilai Alpha	Keterangan
1.	Harga (X ₁)	0,779	Reliabel
2.	Kualitas (X ₂)	0,922	Reliabel
3.	Brand (X ₃)	0,779	Reliabel
4.	Minat Beli (Y)	0,756	Reliabel

(Sumber : Data Diolah 2019)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut, dapat diketahui bahwa seluruh faktor penelitian dinyatakan reliabel, karena nilai *Alfa Cronbach* yang dihasilkan adalah lebih besar dari 0,6.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi, faktor pengganggu atau residual memiliki distribusi (Ghozali, 2010:62). Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan dengan uji *Kolmogorov smirnov*. Konsep dasar dari uji ini adalah dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Penerapan pada uji ini adalah jika signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal. Untuk mengetahuinya dilakukan dengan memperhatikan output SPSS berikut :

Tabel: 4.32
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			93
Normal Parameters	a,b	Mean	.0000000
		Std. Deviation	1.78974565
Most Extreme Differences		Absolute	.101
		Positive	.101
		Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z			.971
Asymp. Sig. (2-tailed)			.302

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan Tabel 4.31 diketahui bahwa nilai signifikan adalah sebesar 0,302 (lebih besar dari 0,05). Hal ini memperlihatkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antara faktor independen. Modal regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara faktor independen. Jika faktor independen saling berkorelasi, maka faktor-faktor ini tidak ortogonal. Faktor ortogonal adalah faktor independen sama dengan nol. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi. Dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Varians Inflation Faktor* (VIF) masing-masing faktor bebas terhadap faktor terkait. Jika *Tolerance* lebih besar 0,1 dan VIF tidak sebesar dari pada 10 maka dalam model tidak terdapat Multikolinieritas. (Ghozali 2010:105). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel: 4.33
Uji Multikolinearitas

No.	Faktor	Tolerance	VIF
1.	Harga (X ₁)	0,494	2,025
2.	Kualitas (X ₂)	0,463	2,160
3.	Brand (X ₃)	0,549	1,823

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas. Karena semua

pertimbangan dan syarat-syarat penelitian uji multikolinearitas sudah terpenuhi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas faktor independen adalah konstan untuk setiap nilai tertentu faktor independen (homokedastisitas). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan metode *Glejser*, yang dilakukan dengan cara meregresikan antara faktor independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara faktor independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Adapun hasil output uji *Glejser* adalah sebagai berikut:

Tabel: 4.34
Uji Heteroskedastisitas

No	Faktor	Sig.	Keterangan
1.	Harga (X ₁)	0,131	Tidak ada gejala
2.	Kualitas (X ₂)	0,893	Tidak ada gejala
3.	Brand (X ₃)	0,536	Tidak ada gejala

(Sumber : Data Diolah ,2019)

Berdasarkan hasil uji *Glejser* dihasilkan tidak gejala adanya heteroskedastisitas pada seluruh faktor penelitian, karena nilai signifikan yang dihasilkan lebih besar dari nilai α (0,05).

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya, korelasi

dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtut waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi. Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Hasil uji nilai Durbin Watson adalah sebagai berikut.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.856 ^a	.732	.723	1.820	1.755

a. Predictors: (Constant), Brand, Harga, Kualitas
b. Dependent Variable: Minat Beli

Tabel tersebut menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,755 dimana nilai tersebut berada pada interval -2 sampai dengan +2 sehingga data penelitian dinyatakan terbebas dari gejala autokorelasi.

E. Analisis Regresi

Hasil output dari *SPSS 21* terhadap data skor yang telah dibuat berdasarkan jawaban responden dari kuisioner yang telah dibagikan, kemudian dirangkum menjadi bahasan-bahasan sebagaimana yang terlihat pada tabel berikut:

Tabel: 4.35
Hasil Pengolahan Data

Faktor	Koefisien Regresi	t _{hitung}	Sig	Keterangan
Konstanta	8,645			
Harga (X ₁)	0,621	5,339	0,000	Signifikan
Kualitas (X ₂)	0,271	3,518	0,001	Signifikan
Brand (X ₃)	0,297	3,783	0,000	Signifikan
t _{tabel}	= 1,987	F _{hitung} = 81,128 Sig F = 0,000 F _{tabel} = 2,707		
R	= 0,856			
R Square	= 0,732			
Adjusted R Square	= 0,723			

Sumber: data diolah, 2019

Secara matematis model fungsi regresi linear berganda dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$Y = 8,645 + 0,621 \cdot X_1 + 0,271 \cdot X_2 + 0,297 \cdot X_3$$

Interpretasi persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 8,645 menunjukkan bahwa apabila faktor X₁, X₂, dan X₃, tidak mengalami perubahan, maka Minat Beli (Y) adalah sebesar 8,645.
- Nilai koefisien positif pada faktor Harga (X₁), menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang searah, di mana peningkatan pada faktor Harga (X₁) akan berdampak pada peningkatan Minat Beli (Y) sebesar 62,1%.
- Nilai koefisien positif pada faktor faktor Kualitas (X₂), menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang searah, di mana

peningkatan pada faktor Kualitas (X_2) akan berdampak pada peningkatan Minat Beli (Y) sebesar 27,1%.

- d. Nilai koefisien positif pada faktor *Brand* (X_3), menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang searah, di mana peningkatan pada faktor *Brand* (X_3) akan berdampak pada peningkatan Minat Beli (Y) sebesar 29,7%.

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis penelitian berdasarkan hasil output program SPSS, yaitu sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis secara Parsial

Uji t ini adalah untuk menguji faktor bebas terhadap faktor terikat secara parsial. Untuk mengetahui pengaruh faktor bebas secara parsial terhadap Minat Beli karyawan adalah dengan menggunakan uji t pada *Level of Confidence* sebesar 95% atau $\alpha = 5\%$. Langkah ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dari faktor Harga (X_1), Kualitas (X_2), dan *Brand* (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap Minat Beli (Y).

Bila nilai t memiliki probabilitas masing-masing faktor tersebut lebih kecil dari tingkat alpha (α) = 0,05 maka dinyatakan bahwa faktor bebas tersebut berpengaruh secara bermakna terhadap Minat Beli (Y). Adapun nilai t tabel berdasarkan (df) = (n - 1 - k) adalah sebesar 1,987 (Lampiran pada tabel distribusi t).

Uraian tersebut di atas dapat dilihat bahwa tingkat pengaruh yang diberikan masing-masing faktor bebas terhadap

faktor terikat adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor Harga (X_1), memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,339 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor Harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y). Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($5,339 > 1,987$) dan besarnya nilai signifikan yang lebih rendah dari taraf signifikan ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil uji tersebut, maka hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa: Harga berpengaruh terhadap Minat Beli, adalah diterima.
- 2) Faktor Kualitas (X_2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,518 dan tingkat signifikan sebesar 0,001. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor Kualitas (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y). Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,518 > 1,987$) dan besarnya nilai signifikan yang lebih kecil dari taraf signifikan ($0,001 < 0,05$). Berdasarkan hasil uji tersebut, maka hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa: Kualitas berpengaruh terhadap Minat Beli, adalah diterima.
- 3) Faktor *Brand* (X_3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,783 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor Brand (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y). Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai

t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,783 > 1,987$) dan besarnya nilai signifikan yang lebih rendah dari taraf signifikan ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil uji tersebut, maka hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa: *Brand* berpengaruh terhadap Minat Beli, adalah diterima.

2. Pengujian Hipotesis secara Simultan

Pengujian hipotesis pertama adalah dengan menganalisis secara simultan, yaitu dengan uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atas faktor independen terhadap faktor dependen. Dari uji ANOVA atau Ftest, diperoleh angka F_{hitung} adalah 81,128 dengan angka Sig. 0,000. Untuk nilai F_{tabel} dapat dilihat pada kolom df, dimana pembilang adalah 3 dan angka penyebut adalah 89, sehingga didapatkan nilai F_{tabel} sebesar 2,707.

Dari perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} dapat diketahui bahwa angka F_{hitung} ternyata lebih besar dari F_{tabel} ($81,128 > 2,707$), dengan demikian terbukti bahwa semua faktor independen (X) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap faktor dependen (Y). Hal itu juga dilihat berdasarkan nilai sig. F sebesar 0,000 berada di bawah 0,05 ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis keempat (H_4) yang menyatakan bahwa: Harga, Kualitas dan *Brand* berpengaruh terhadap Minat Beli, adalah diterima.

F. Uji Koefisien Determinasi

Sebelum melakukan pengujian dengan menggunakan alat uji statistik, maka akan diuraikan model summary statistik, yang antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Nilai R sebesar 0,856 atau 85,6% adalah koefisien korelasi yang menunjukkan hubungan antara faktor Harga (X_1), Kualitas (X_2), dan *Brand* (X_3) dengan Minat Beli (Y). Nilai korelasi tersebut menunjukkan tingkat hubungan yang sangat tinggi karena berada di antara 0,800 sampai dengan 1,000 (berdasarkan tabel intrepresiasi r pada lampiran).

Tabel; 4. 36

Tabulasi Interpretasi Nilai R

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1.	0,800 – 1,000	Sangat Tinggi
2.	0,600 – 0,799	Tinggi
3.	0,400 – 0,599	Sedang
4.	0,200 – 0,399	Rendah
5.	0,000 – 0,199	Sangat Rendah

(Sumber : Sugiyono (2012: 250))

- b. Nilai *RSquare* dengan nilai 0,732 adalah R kuadrat, yang menunjukkan bahwa faktor independent yang diambil dalam penelitian ini memiliki kontribusi pengaruh terhadap faktor dependent sebesar 73,2% sehingga selebihnya sebesar 26,8% adalah faktor-faktor lain yang tidak dikemukakan dalam penelitian ini.

Nilai *Adjusted R Square* model regresi ini adalah sebesar 0,723 yang menunjukkan bahwa variasi atau naik-turunnya Faktor Dependen (Y) dipengaruhi oleh Faktor Independen (X) sebesar 72,3%.