

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Banjarmasin merupakan sebuah kota yang terletak di Provinsi Kalimantan Selatan. Luas kota Banjarmasin kurang lebih 98,46 km². Kecamatan Banjarmasin Timur, Barat, Utara, Selatan, dan Tengah adalah lima kecamatan yang ada di Kota Banjarmasin.

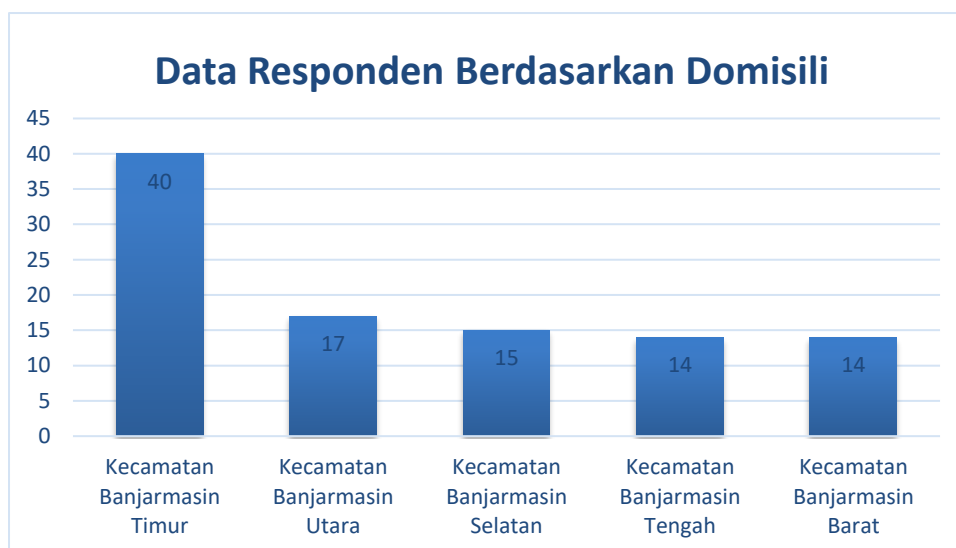
Kota Banjarmasin termasuk salah satu kota yang memiliki tingkat pertumbuhan *merchant* yang positif. *Merchant* adalah orang atau perusahaan yang menjual suatu barang atau jasa. Namun, pada era digital sekarang istilah *merchant* sering digunakan sebagai toko online yang menjual produk secara online melalui e-commerce. Ada banyak sekali jenis merchant. Salah satunya adalah merchant yang berfokus pada pelayanan pemesanan pengantaran makanan contohnya Go-food. Di Kota Banjarmasin tercatat lebih dari 5.500 usaha kuliner yang bergabung di aplikasi layanan Go-Food yang merupakan sebuah layanan pesan antar makanan di aplikasi Gojek. Go-food mengakomodasi promosi serta pemasaran usaha bidang kuliner. *Platform* ini bukan sekedar jasa pemesanan pengantaran jual beli makanan namun ikut serta mendukung kuliner usaha milik penduduk Kota Banjarmasin.

2. Karakteristik Data Responden

Masyarakat Kota Banjarmasin yang memenuhi kriteria penelitian dijadikan responden pada penelitian ini. Kuesioner dibagikan kepada 100 orang responden berdasarkan karakteristik responden seperti domisili, jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

a. Domisili Responden

Gambar 4. 1 Data Responden Berdasarkan Domisili

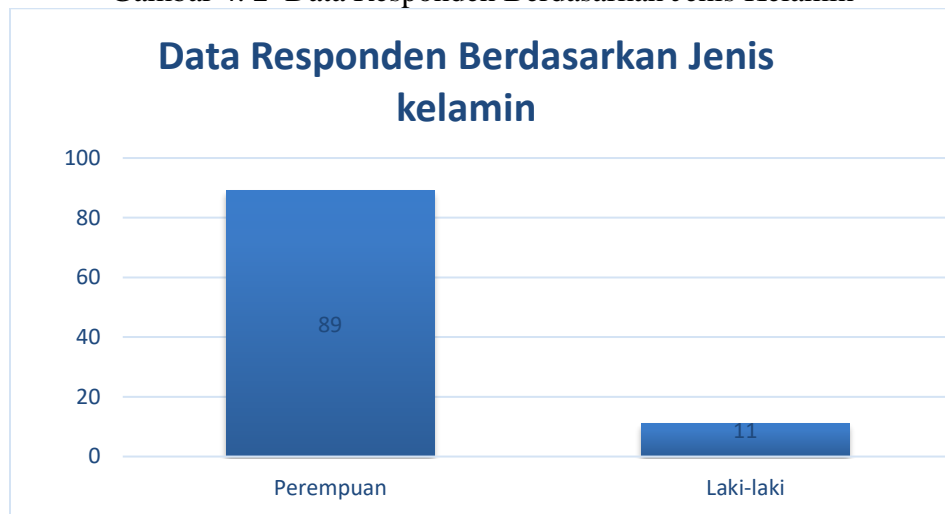


(Sumber: Data *Primer* diolah tahun 2023)

Dilihat dari gambar diagram di atas, maka dari penyebaran kuesioner pada 100 orang responden menyatakan bahwa terdapat 40 orang responden berdomisili di Kecamatan Banjarmasin Timur, diikuti 17 orang responden berdomisili di Kecamatan Banjarmasin Utara, 15 orang responden berdomisili di Kecamatan Banjarmasin Selatan, 14 orang responden berdomisili di Kecamatan Banjarmasin Tengah dan Banjarmasin Barat. Hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden terbanyak adalah dari Kecamatan Banjarmasin Timur.

b. Jenis Kelamin dari Responden

Gambar 4. 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

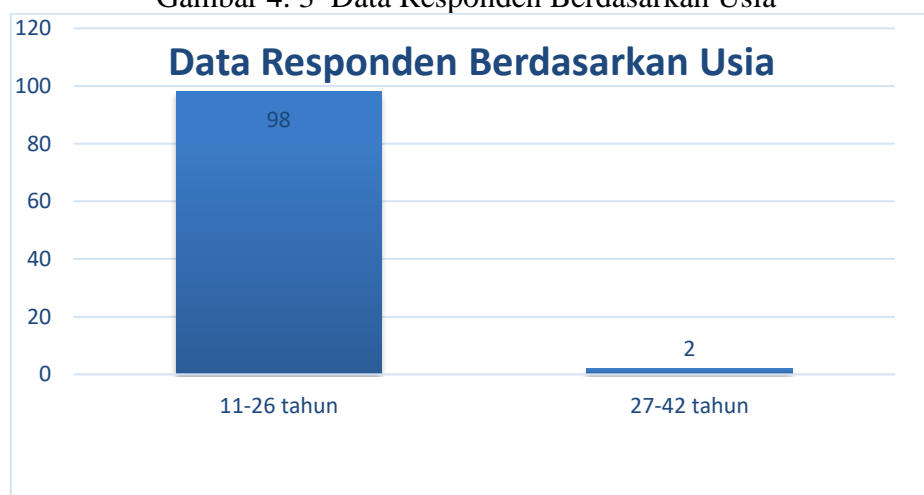


(Sumber: Data *Primer* diolah tahun 2023)

Dilihat dari gambar diagram di atas, menyatakan bahwasanya sebagian besar responden memiliki jenis kelamin perempuan sebanyak 89 orang. Sedangkan jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 11 orang.

c. Usia dari Responden

Gambar 4. 3 Data Responden Berdasarkan Usia



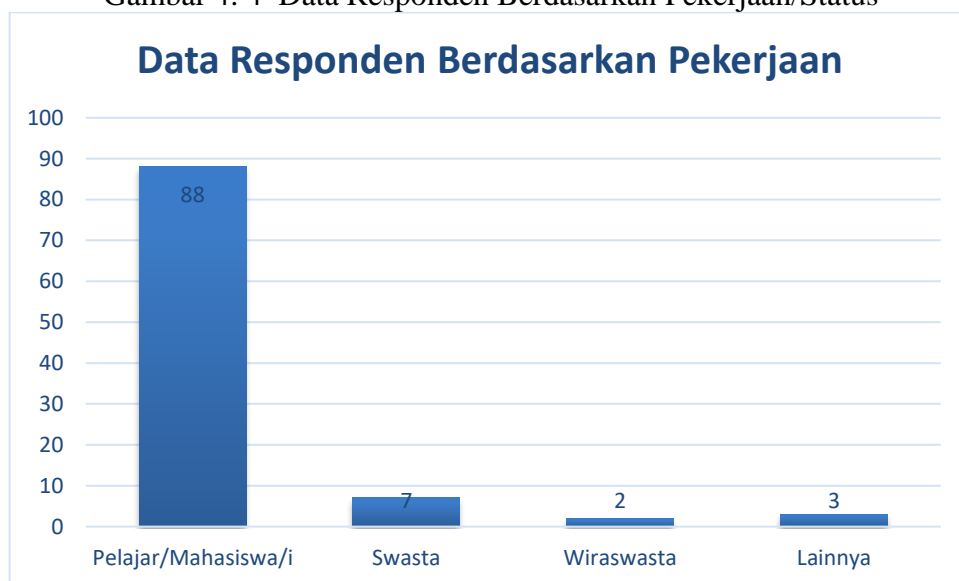
(Sumber: Data *Primer* diolah tahun 2023)

Dilihat dari gambar diagram di atas, menyatakan bahwasanya

sebagian besar responden memiliki usia 11-26 tahun dengan jumlah 98 orang, sedangkan untuk responden dengan usia 27-42 tahun ada 2 orang responden. Hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah generasi Z yang berusia sekitar 11-26 tahun.

d. Pekerjaan/Status dari Responden

Gambar 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan/Status



(Sumber: Data *Primer* diolah tahun 2023)

Dilihat dari gambar diagram di atas, menyatakan bahwa mayoritas responden bersatus pelajar/ mahasiswa/i yang berjumlah 88 orang responden, selain itu terdapat 7 orang memiliki pekerjaan pada lembaga milik pribadi/ swasta, 2 orang responden memiliki pekerjaan wiraswasta, dan 3 orang dengan pekerjaan lainnya seperti guru honorer, belum bekerja, dan ibu rumah tangga.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian bertujuan untuk menggambarkan distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap pernyataan kuesioner yang telah diberikan terhadap variabel diskon (X_1), ulasan pelanggan secara daring (X_2), dan keputusan pembelian (Y).

- a. Distribusi frekuensi indikator besarnya potongan harga dengan pernyataan “Saya membeli makanan dan minuman melalui aplikasi layanan Go-Food karena besarnya diskon yang diberikan”.

Tabel 4. 1 Hasil Kuesioner X_1 Pernyataan 1

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	32	32%
2	Setuju	42	42%
3	Ragu-ragu	20	20%
4	Tidak Setuju	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

(Sumber: data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 32 % atau 32 orang responden menyatakan sangat setuju, 42 % atau 42 orang menyatakan setuju, 20 % atau 20 orang menyatakan ragu-ragu, 5 % atau 5 orang menyatakan tidak setuju, dan 1 % atau 1 orang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden

menyatakan setuju bahwa membeli makanan dan minuman melalui aplikasi layanan Go-Food karena besarnya diskon yang diberikan.

- b. Distribusi frekuensi indikator masa potongan harga dengan pernyataan “Aplikasi layanan Go-Food memberikan diskon yang menarik setiap hari”.

Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner X₁ Pernyataan 2

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	13	13%
2	Setuju	50	50%
3	Ragu-ragu	23	23%
4	Tidak Setuju	13	13%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

(Sumber : data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 13 % atau 13 orang responden menyatakan sangat setuju, 50 % atau 50 orang menyatakan setuju, 23 % atau 23 orang menyatakan ragu-ragu, 13 % atau 13 orang menyatakan tidak setuju, dan 1 % atau 1 orang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Aplikasi layanan Go-Food memberikan diskon yang menarik setiap hari.

- c. Distribusi frekuensi indikator jenis produk yang mendapat

potongan harga dengan pernyataan “Saya membeli makanan dan minuman melalui aplikasi layanan Go-Food karena banyaknya jenis produk yang mendapatkan diskon”.

Tabel 4. 3 Hasil Kuesioner X_1 pernyataan 3

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	19	19%
2	Setuju	50	50%
3	Ragu-ragu	20	20%
4	Tidak Setuju	10	10%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

(Sumber : data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 19 % atau 19 orang responden menyatakan sangat setuju, 50 % atau 50 orang menyatakan setuju, 20 % atau 20 orang menyatakan ragu-ragu, 10 % atau 10 orang menyatakan tidak setuju, dan 1 % atau 1 orang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa membeli makanan dan minuman melalui aplikasi layanan Go-Food karena banyaknya jenis produk yang mendapatkan diskon.

- d. Distribusi frekuensi indikator *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan) dengan pernyataan “Saya merasa terbantu dengan adanya fitur ulasan pada aplikasi layanan Go-Food”.

Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner X₂ Pernyataan 1

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	41	41%
2	Setuju	54	54%
3	Ragu-ragu	3	3%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

(Sumber: data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 41 % atau 41 orang responden menyatakan sangat setuju, 54 % atau 54 orang menyatakan setuju, 3 % atau 3 orang menyatakan ragu-ragu, 1 % atau 1 orang menyatakan tidak setuju, dan 1 % atau 1 orang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa merasa terbantu dengan adanya fitur ulasan pada aplikasi layanan go-food.

- e. Distribusi frekuensi indikator *Source credibility* (kredibilitas sumber dengan pernyataan “Saya percaya pada ulasan yang diberikan oleh pembeli lain pada aplikasi layanan go-food”).

Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner X₂ Pernyataan 2

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	30	30%
2	Setuju	51	51%

3	Ragu-ragu	18	18%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

(Sumber: data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 30 % atau 30 orang responden menyatakan sangat setuju, 51 % atau 51 orang menyatakan setuju, 18 % atau 18 orang menyatakan ragu-ragu, 1 % atau 1 orang menyatakan tidak setuju, dan 0 % atau 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa percaya pada ulasan yang diberikan oleh pembeli lain pada aplikasi layanan go-food.

- f. Distribusi frekuensi indikator *Argument quality* (Kualitas argumen) dengan pernyataan “Saya merasa bahwa fitur ulasan pada aplikasi layanan go-food memberikan informasi mengenai kelebihan dan kekurangan makanan dan minuman yang ada pada aplikasi layanan go-food”.

Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner X₂ Pernyataan 3

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	35	35%
2	Setuju	48	48%
3	Ragu-ragu	16	16%

4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

(Sumber: data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 35 % atau 35 orang responden menyatakan sangat setuju, 48 % atau 48 orang menyatakan setuju, 16 % atau 16 orang menyatakan ragu-ragu, 1 % atau 1 orang menyatakan tidak setuju, dan 0 % atau 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa fitur ulasan pada aplikasi layanan go-food memberikan informasi mengenai kelebihan dan kekurangan makanan dan minuman yang ada pada aplikasi layanan go-food.

- g. Distribusi frekuensi indikator *valance* (valensi) dengan pernyataan “Saya lebih memperhatikan ulasan yang positif daripada ulasan yang negatif”.

Tabel 4. 7 Hasil Kuesioner X₂ Pernyataan 4

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	23	23%
2	Setuju	44	44%
3	Ragu-ragu	23	23%
4	Tidak Setuju	9	9%

5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

(Sumber: data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 23 % atau 23 orang responden menyatakan sangat setuju, 44 % atau 44 orang menyatakan setuju, 23% atau 23 orang menyatakan ragu-ragu, 9 % atau 9 orang menyatakan tidak setuju, dan 1% atau 1 orang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa lebih memperhatikan ulasan yang positif daripada ulasan yang negatif.

- h. Distribusi frekuensi indikator *volume of review*(jumlah ulasan) dengan pernyataan “Saya memutuskan untuk membeli pada rumah makan atau restoran yang mendapatkan banyak ulasan pada aplikasi layanan go-food”.

Tabel 4. 8 Hasil Kuesioner X₂ Pernyataan 5

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	41	41%
2	Setuju	45	45%
3	Ragu-ragu	9	9%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
	Total	100	100%

(Sumber: data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 41 % atau 41 orang responden menyatakan sangat setuju, 45 % atau 45 orang menyatakan setuju, 9% atau 9 orang menyatakan ragu-ragu, 1 % atau 1 orang menyatakan tidak setuju, dan 3 % atau 3 orang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa memutuskan untuk membeli pada rumah makan atau restoran yang mendapatkan banyak ulasan pada aplikasi layanan go-food.

- i. Distribusi frekuensi indikator pengenalan masalah dengan pernyataan “Saya membeli makanan dan minuman menggunakan aplikasi layanan go-food karena adanya kebutuhan”.

Tabel 4.9 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 1

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	33	33%
2	Setuju	56	56%
3	Ragu-ragu	11	11%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

(Sumber: data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 33 % atau 33 orang responden menyatakan sangat

setuju, 56 % atau 56 orang menyatakan setuju, 11% atau 11 orang menyatakan ragu-ragu, 0 % atau 0 orang menyatakan tidak setuju, dan 0 % atau 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa membeli makanan dan minuman menggunakan aplikasi layanan go-food karena adanya kebutuhan.

- j. Distribusi frekuensi indikator pencarian informasi dengan pernyataan “Saya membeli makanan dan minuman menggunakan aplikasi layanan go-food setelah membaca fitur ulasan pelanggan lain”.

Tabel 4. 10 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 2

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	15	15%
2	Setuju	44	44%
3	Ragu-ragu	25	25%
4	Tidak Setuju	14	14%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
	Total	100	100%

(Sumber: data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 15 % atau 15 orang responden menyatakan sangat setuju, 44 % atau 44 orang menyatakan setuju, 25% atau 25 orang menyatakan ragu-ragu, 14 % atau 14 orang menyatakan

tidak setuju, dan 2 % atau 2 orang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa membeli makanan dan minuman menggunakan aplikasi layanan go-food setelah membaca fitur ulasan pelanggan lain.

- k. Distribusi frekuensi indikator evaluasi alternatif dengan pernyataan “Saya menggunakan aplikasi layanan go-food setelah mengevaluasi beberapa pilihan layanan”.

Tabel 4. 11 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 3

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	18	18%
2	Setuju	53	53%
3	Ragu-ragu	20	20%
4	Tidak Setuju	7	7%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
	Total	100	100%

(Sumber: data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 18 % atau 18 orang responden menyatakan sangat setuju, 53 % atau 53 orang menyatakan setuju, 20% atau 20 orang menyatakan ragu-ragu, 7 % atau 7 orang menyatakan tidak setuju, dan 2 % atau 2 orang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa menggunakan aplikasi

layanan go-food setelah mengevaluasi beberapa pilihan layanan.

1. Distribusi frekuensi indikator keputusan pembelian dengan pernyataan “Saya memutuskan membeli makanan dan minuman melalui aplikasi layanan go-food setelah membaca ulasan dan melihat diskon yang menarik”.

Tabel 4. 12 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 4

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	37	37%
2	Setuju	46	46%
3	Ragu-ragu	15	15%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju		
	Total	100	100%

(Sumber: data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 37 % atau 37 orang responden menyatakan sangat setuju, 46 % atau 46 orang menyatakan setuju, 15% atau 15 orang menyatakan ragu-ragu, 2 % atau 2 orang menyatakan tidak setuju, dan 0 % atau 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa membeli makanan dan minuman melalui aplikasi layanan go-food setelah membaca ulasan dan melihat diskon yang menarik.

- m. Distribusi frekuensi indikator tingkah laku pasca pembelian dengan pernyataan “Saya merasa puas membeli makanan dan minuman melalui aplikasi layanan go-food”.

Tabel 4. 13 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 5

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	26	26%
2	Setuju	62	62%
3	Ragu-ragu	12	12%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

(Sumber: data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 26 % atau 26 orang responden menyatakan sangat setuju, 62 % atau 62 orang menyatakan setuju, 12% atau 12 orang menyatakan ragu-ragu, 0 % atau 0 orang menyatakan tidak setuju, dan 0 % atau 0 orang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa merasa puas membeli makanan dan minuman melalui aplikasi layanan go-food.

4. Uji Instrumen Penelitian

- a. Uji Validitas

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS for windows* versi 22. Item pernyataan dalam penelitian

ini dinyatakan valid jika memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang maka nilai r dapat diperoleh melalui r *product moment person* dengan df (*degree of freedom*)= $n-2$, maka $df = 100-2= 98$ maka r tabel= 0,1654. Berikut hasil dari uji validitas penelitian pengaruh diskon dan ulasan pelanggan secara daring terhadap keputusan pembelian oleh konsumen di Kota Banjarmasin pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Rhitung	R-tabel	Keterangan
Diskon (X1)	X1.1	0,842	0,1654	Valid
	X1.2	0,832	0,1654	Valid
	X1.3	0,857	0,1654	Valid
Ulasan pelanggan secara daring (X2)	X2.1	0,625	0,1654	Valid
	X2.2	0,781	0,1654	Valid
	X2.3	0,660	0,1654	Valid
	X2.4	0,573	0,1654	Valid
	X2.5	0,717	0,1654	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,545	0,1654	Valid
	Y.2	0,754	0,1654	Valid
	Y.3	0,754	0,1654	Valid
	Y.4	0,703	0,1654	Valid
	Y.5	0,587	0,1654	Valid

(Sumber: Data *Primer* diolah SPSS 22, 2023)

Dapat dilihat dari tabel 4.14 di atas, bahwa nilai r tabel sebesar 0,1654. Nilai tersebut didapat dari $n= 100$ dengan tingkat

signifikansi 0,1 yang di dapat dari tabel rtabel untuk uji validitas. Suatu data dikatakan valid apabila nilai rhitung > rtabel terlihat pada tabel 4.14 bahwa semua item dari kuesioner terkait dengan variabel diskon (X_1), ulasan pelanggan secara daring (X_2), dan keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid karena memenuhi asumsi nilai rhitung > rtabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan pada butir pertanyaan/pernyataan dalam kuisisioner atau angket yang telah dinyatakan valid. Nilai dari reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *Alpha Cronbach* dengan kriteria batas terendah reliabilitas 0,60. Apabila nilai variabel lebih besar > 0,60 maka dinyatakan reliabel.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Diskon (X_1)	0,797	0,60	Reliabel
Ulasan Pelanggan Secara daring (X_2)	0,681	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,697	0,60	Reliabel

(Sumber: Data *Primer* diolah *SPSS 22*, 2023)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel penelitian lebih besar

dari $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada penelitian ini reliabel.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat nilai *residual* terdistribusi normal atau tidak. Karena modal regresi dikatakan baik apabila nilai *residual* nya terdistribusi normal. Dasar dari pengambilan keputusan dalam penelitian ini adalah menggunakan tingkat kepercayaan 10% atau 0,1 , dimana apabila nilai signifikansi lebih besar dari $> 0,1$ maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya apabila nilai signifikansi lebih kecil dari $< 0,1$ maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi tidak normal.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.11284085
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.052
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

(Sumber: Data *Primer* diolah SPSS 22, 2023)

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, hasil uji normalitas *kolmogorov smirnov* diketahui bahwa nilai *Asmp.Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,1, hal ini berarti data berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolenearitas

Uji multikolenearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel *independen*) atau tidak. Karena suatu model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (variabel *independen*). Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolenearitas dilihat dari apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolenearitas sebaliknya apabila lebih kecil dari $< 0,10$ maka terjadi multikolenearitas, dan apabila nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) kurang dari < 10 maka tidak terjadi multikolenearitas sebaliknya apabila lebih besar dari > 10 maka terjadi multikolenearitas.

Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.934	1.751		4.531	.000		
	Diskon	.444	.101	.386	4.388	.000	.852	1.174
	Ulasan Pelanggan Secara Daring	.335	.088	.334	3.797	.000	.852	1.174

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

(Sumber: Data *Primer* diolah SPSS 22, 2023)

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, dapat dilihat nilai *Tolerance* menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai lebih besar dari $> 0,1$ ($X_1 = 0,852$ dan $X_2 = 0,852$) dan pada nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) menunjukkan bahwa diantara kedua variabel tidak ada yang memiliki nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) lebih dari 10. Variabel Diskon (X_1) menunjukkan 1,174 dan variabel ulasan pelanggan secara daring (X_2) menunjukkan 1,174.

c. Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah residual dari model regresi yang terbentuk memiliki varian yang tetap atau tidak tetap. Untuk mendeteksi heterokedastisitas bisa memakai metode *white*, *breusch-pagan*, *gold-quandt*, dan korelasi *sparman*.

Pada penelitian ini uji heterokedastisitas memakai metode *white*. Dasar pengambilan keputusannya apabila nilai *chi squares* hitung < *chi squares* tabel ataupun probabilitas *chi squares* > taraf signifikan, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 4. 18 Hasil Uji Heterokedastisitas Metode White

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.442 ^a	.196	.153	6.52620

a. Predictors: (Constant), X1X2, X2_KUADRAT, Diskon, X1_KUADRAT, Ulasan Pelanggan Secara Daring

(Sumber: Data *Primer* diolah SPSS 22, 2023)

Tabel 4. 19 Hasil Perhitungan C hitung dan C tabel

C ² hitung	C ² tabel
C ² hitung = n x R square	Df = n-1
= 100 x 1,96	= 100-1
= 19,6	= 117,40

(Sumber: Data *Primer* diolah 2023)

Hasil menunjukkan bahwa nilai *chi squares* hitung < *chi squares* tabel atau 19,6 < 117,40 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan antara variabel bebas (*independen variabel*) yaitu diskon (X₁) dan ulasan pelanggan secara daring (X₂) dengan variabel tak bebas (*dependen variabel*)

yaitu keputusan pembelian (Y). Adapun model dari analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Tabel 4. 20 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.934	1.751		4.531	.000
Diskon	.444	.101	.386	4.388	.000
Ulasan pelanggan secara daring	.335	.088	.334	3.797	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

(Sumber: Data *Primer* diolah SPSS 22, 2023)

Berdasarkan tabel 4.20 di atas, hasil uji analisis regresi linier berganda menggunakan *Standardized Coefficient*. Maka persamaan regresi linier bergandanya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 7,934 + 0,444X_1 + 0,335X_2 + e$$

Persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 7,934 artinya apabila diskon (X_1) dan ulasan pelanggan secara daring (X_2) adalah 0 maka keputusan pembelian oleh konsumen di Kota Banjarmasin adalah sebesar 7,934 dengan asumsi variabel lainnya nilainya tetap.

- b. Nilai Koefesien b_1X_1 sebesar 0,335 artinya variabel ulasan pelanggan secara daring (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian atau dengan kata lain apabila variabel ulasan pelanggan secara daring ditingkatkan sebesar satu persen, maka keputusan pembelian oleh konsumen di Kota Banjarmasin akan meningkat sebesar 0,335 , dengan asumsi variabel lainnya nilainya tetap.
- c. Nilai Koefesien b_2X_2 sebesar 0,444 artinya variabel diskon (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian atau dengan kata lain apabila variabel diskon ditingkatkan sebesar satu persen, maka keputusan pembelian oleh konsumen di Kota Banjarmasin akan meningkat sebesar 0,444 , dengan asumsi variabel lainnya nilainya tetap.

7. Uji Hipotesis

- a. Uji Koefesien Regresi Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (diskon dan ulasan pelanggan secara daring) secara parsial terhadap variabel tak bebas (keputusan pembelian). Untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel tak bebas maka bisa dilihat dari perbandingan antara nilai thitung dengan ttabel. Apabila diketahui nilai thitung < ttabel maka dapat dinyatakan bahwa H_0 diterima, dan sebaliknya apabila nilai

$t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Hasil uji T dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 21 Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.934	1.751		4.531	.000
Diskon	.444	.101	.386	4.388	.000
Ulasan pelanggan secara daring	.335	.088	.334	3.797	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

(Sumber: Data *Primer* diolah SPSS 22, 2023)

Berdasarkan tabel 4.21 di atas, menunjukkan hasil uji t yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas yaitu Diskon (X_1) dan ulasan pelanggan secara daring (X_2). Maka diperoleh nilai t_{tabel} 1,290. Berdasarkan hasil uji t maka diperoleh kesimpulan:

1) Uji t Variabel Diskon (X_1)

Dapat dilihat pada tabel, bahwa nilai signifikansi dari X_1 adalah sebesar $0,000 < 0,1$, yang berarti bahwa nilainya signifikan, sedangkan untuk hasil uji t diketahui bahwa nilai t_{hitung} diskon sebesar 4,388 dan untuk nilai t_{tabel} sebesar 1,290. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel diskon

memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

2) Uji t Variabel Ulasan Pelanggan Secara Daring (X_2)

Dapat dilihat pada tabel, bahwa nilai signifikansi dari X_2 adalah sebesar $0,000 < 0,1$, yang berarti bahwa nilainya signifikan, sedangkan untuk hasil uji t diketahui bahwa nilai t_{hitung} ulasan pelanggan secara daring sebesar 3,797 dan untuk nilai t_{tabel} sebesar 1,290. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel ulasan pelanggan secara daring memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

3) Variabel yang dominan

Variabel yang paling dominan pada penelitian ini adalah variabel diskon. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t yang dilakukan dari perbandingan kedua variabel yaitu diskon dan ulasan pelanggan secara daring maka diketahui variabel diskon berpengaruh sebesar 4,388.

b. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (diskon dan ulasan pelanggan secara daring) secara bersama-sama terhadap variabel tak bebas (keputusan pembelian). Untuk mengetahui hasil dari uji F maka bisa diamati pada output ANOVA dari hasil analisis regresi linier berganda dengan nilai signifikansi 0,1

atau $\alpha = 10\%$. Apabila diketahui $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka dapat dinyatakan bahwa H_0 diterima dan sebaliknya apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

Tabel 4. 22 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	248.614	2	124.307	27.283	.000 ^b
Residual	441.946	97	4.556		
Total	690.560	99			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Ulasan pelanggan secara daring, Diskon
(Sumber: Data *Primer* diolah SPSS 22, 2023)

Berdasarkan tabel di atas nilai signifikansi bernilai $0,000 < 0,1$, artinya variabel diskon dan ulasan pelanggan secara daring berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan nilai f_{hitung} sebesar 27,283 dan f_{tabel} sebesar 2,36 yang diperoleh dari $df-1$ (jumlah variabel) atau $2-1=1$ dan $df 2$ ($n-k-1$) atau $100 - 1 - 1=98$. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel diskon dan ulasan pelanggan secara daring memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

c. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel diskon (X_1) dan ulasan pelanggan secara daring (X_2) secara bersama-sama terhadap variabel keputusan

pembelian (Y). Berikut adalah tabel hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 4. 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.600 ^a	.360	.347	2.135

a. Predictors: (Constant), Ulasan pelanggan secara daring, Diskon

(Sumber: Data *Primer* diolah SPSS 22, 2023)

Berdasarkan tabel 4.22 di atas dapat disimpulkan bahwa hasil uji koefisien determinasi dengan hasil nilai $R = 0,600$ dan R^2 (R Square) = 0,347 yang berarti bahwa variabel diskon dan ulasan pelanggan secara daring mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 35% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

B. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian tentang “ Pengaruh Diskon dan Ulasan Pelanggan secara Daring terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen di Kota Banjarmasin Menggunakan Aplikasi Layanan Go-Food” berikut hasil yang diperoleh:

1. Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen di Kota Banjarmasin Menggunakan Aplikasi Layanan Go-Food

Hipotesis penelitian menduga bahwa variabel diskon (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen di Kota Banjarmasin Menggunakan Aplikasi Layanan Go-Food. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel diskon mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini bisa dilihat dari signifikansi variabel diskon $0,000 < 0,1$, dan dilihat dari nilai t_{hitung} diskon sebesar 4,388 dan untuk nilai t_{tabel} sebesar 1,290. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel diskon memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Hal ini sejalan dengan penelitian Ary Dwi Anjani (2021) yang berjudul “Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian Madu pada UMKM Jamaluddin” hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Hal ini juga sejalan dengan yang dikemukakan oleh

(Rahmawati) bahwa diskon dapat mengubah pandangan konsumen pada produk yang kita tawarkan menjadi lebih positif, serta dapat mempengaruhi pandangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

2. Pengaruh Ulasan Pelanggan Secara Daring terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen di Kota Banjarmasin Menggunakan Aplikasi Layanan Go-Food

Hipotesis penelitian menduga bahwa variabel ulasan pelanggan secara daring (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen di Kota Banjarmasin Menggunakan Aplikasi Layanan Go-Food. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ulasan pelanggan secara daring mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini bisa dilihat dari signifikansi variabel ulasan pelanggan secara daring $0,000 < 0,1$, dan dilihat dari nilai t_{hitung} diskon sebesar 3,797 dan untuk nilai t_{tabel} sebesar 1,290. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel ulasan pelanggan secara daring memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian Cut Sari Maulidar (2022) yang berjudul “Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating* dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace Shopee* Dikaji dalam Perspektif Ekonomi Islam” hasil penelitian menunjukkan bahwa ulasan pelanggan secara daring berpengaruh

terhadap keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Hal ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Khammash) bahwa ulasan dapat diartikan sebagai komentar serta rekomendasi dari pembeli yang telah melakukan pembelian produk dan layanan sehingga menimbulkan minat beli dalam keputusan calon konsumen.

3. Diskon dan Ulasan Pelanggan Secara Daring terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen di Kota Banjarmasin Menggunakan Aplikasi Layanan Go-Food

Hipotesis penelitian menduga bahwa variabel diskon (X_1) dan ulasan pelanggan secara daring (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen di Kota Banjarmasin Menggunakan Aplikasi Layanan Go-Food. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel diskon dan ulasan pelanggan secara daring berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian oleh Konsumen di Kota Banjarmasin Menggunakan Aplikasi Layanan Go-Food. Hal ini dilihat dari hasil uji F yang dimana signifikansi dari diskon dan ulasan pelanggan secara daring adalah $0,000 < 0,1$. Selain itu pada nilai $f_{hitung} 27,283 > f_{tabel} 2,36$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel diskon dan ulasan pelanggan secara daring berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen di Kota Banjarmasin menggunakan aplikasi layanan go-food.