

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Kota Banjarmasin

Kota Banjarmasin secara geografis terletak antara $3^{\circ} 16' 26''$ sampai dengan $3^{\circ} 22' 20''$ Lintang Selatan dan $112^{\circ} 31' 20''$ sampai dengan $112^{\circ} 39' 55''$ Bujur Timur. Tempat itu berada pada ketinggian rata-rata 0,16 meter di bawah permukaan laut dan lingkungannya relatif datar dan berpaya-paya. Pada saat air pasang, hampir sebagian besar area itu terendam air.

Kota Banjarmasin terletak di sebelah selatan Provinsi Kalimantan Selatan dan berbatasan dengan:

- Di sebelah utara dari kabupaten Barito Kuala
- Di sebelah timur dari kabupaten Banjar
- Di sebelah barat dari kabupaten Barito Kuala
- Di sebelah selatan dari kabupaten Banjar

Kota Banjarmasin memiliki lima kecamatan yaitu Banjarmasin Selatan, Banjarmasin Timur, Banjarmasin Barat, Banjarmasin Tengah dan Banjarmasin Utara.

Tabel 2.1
Luas Daerah Kota Banjarmasin Timur Menurut Kecamatan

No.	Kecamatan	Ibukota Kecamatan	Luas (km ²)
1.	Banjarmasin Selatan	Kelayan Selatan	38,30
2.	Banjarmasin Timur	Kuripan	23,50
3.	Banjarmasin Barat	Pelambuan	13,11
4.	Banjarmasin Tengah	Teluk Dalam	6,65
5.	Banjarmasin Utara	Alalak Utara	16,90
	Kota Banjarmasin		98,26

Sumber: Kota Banjarmasin Dalam Angka, 2022.

Tabel 2.2
Jumlah Penduduk Kota Banjarmasin

No.	Kecamatan	Luas (km ²)	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk per km
1.	Banjarmasin Selatan	38,30	163,928	2385
2.	Banjarmasin Timur	23,50	119,827	5100
3.	Banjarmasin Barat	13,11	137,113	10,259
4.	Banjarmasin Tengah	6,65	87,572	13,169
5.	Banjarmasin Utara	16,90	155,027	9,173
	Kota Banjarmasin	98,26	667,289	6779

Sumber: Kota Banjarmasin Dalam Angka, 2022.

2. Gambaran Umum Kecamatan Banjarmasin Timur

Banjarmasin Timur adalah salah satu kecamatan Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Alamat kantor Banjarmasin Timur Jl Manggis No

22, Kuripan, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70236, Indonesia.

Batas wilayah Kecamatan Banjarmasin Timur adalah:

- Di sebelah utara dengan Kecamatan Banjarmasin Utara
- Di sebelah selatan dengan Kecamatan Banjarmasin Selatan dan Kabupaten Banjar.
- Di sebelah barat dengan Kecamatan Banjarmasin Tengah dan Kecamatan Banjarmasin Selatan
- Di sebelah timur dengan Kabupaten Banjar

Kecamatan Banjarmasin Timur Terdiri dari 9 kelurahan, yaitu:

- Kelurahan Kuripan
- Kelurahan Kebun Bunga
- Kelurahan Pekapuran Raya
- Kelurahan Sungai Bilu
- Kelurahan Pemurus Luar
- Kelurahan Pengambangan
- Kelurahan Benua Anyar
- Kelurahan Karang Mekar
- Kelurahan Sungai Lulut

Tabel 2.3
Jumlah Penduduk Kecamatan Banjarmasin Timur

No.	Kelurahan	Luas (km ²)	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk per km
1.	Kuripan	7,200	97,72	2236,11
2.	Kebun Bunga	0,700	96,62	19292,29
3.	Pekapuran Raya	1,286	100,55	11826,38
2.	Sungai Bilu	1,630	96,81	6780,98
5.	Pemurus Luar	2,130	96,62	6011,27
6.	Pengambangan	1,120	96,98	11212,5
7.	Benua Anyar	0,900	102,89	9835,56
8.	Karang Mekar	1,190	99,31	11578,15
9.	Sungai Lulut	0,570	98,10	30226,32
	Kecamatan Banjarmasin Timur	16,965	123678	7306,98

Sumber: Kecamatan Banjarmasin Timur Dalam Angka 2022.

3. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang pernah belanja di shopee di daerah Kecamatan Banjarmasin Timur. Menurut hasil pembagian kuesioner, karakteristik responden adalah sebagai berikut:

a. Belanja Di Shopee

Tabel berikut menunjukkan komposisi jumlah responden yang berbelanja di shopee di Kecamatan Banjarmasin Timur berdasarkan hasil kuesioner:

Tabel 2.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Belanja di Shopee

No.	Belanja Di Shopee	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	2X	9	9
2.	3X	7	7
3.	2X	-	-
4.	Lebih	82	82
	Jumlah	100	100

Sumber: Hasil Data Kuesioner, 2023

Tabel 2.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden Kecamatan Banjarmasin Timur sering belanja di shopee. Dalam penelitian ini 2x belanja di shopee sebanyak 9%, 3x belanja di shopee sebanyak 7%, 2x belanja di shopee tidak ada, dan lebih belanja di shopee 82%.

b. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, maka karakteristik responden jenis kelamin belanja di shopee Kecamatan Banjarmasin Timur yang terpilih sebagai responden sebagai berikut:

Tabel 2.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Perempuan	86	86
2.	Laki-laki	13	13

3.	Tidak Menjawab	2	2
	Jumlah	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner,2023

Berdasarkan tabel 2.5 diketahui bahwa sebagian besar responden yang belanja di shopee Kecamatan Banjarmasin Timur adalah perempuan yaitu sebanyak 86%, 2% memilih tidak menjawab, sedangkan 13% lainnya adalah laki-laki. Ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan shopee adalah perempuan.

B. Analisis Data

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* yang operasionalnya menggunakan bantuan aplikasi SPSS for window versi 25. Penelitian dianggap valid apabila memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . r_{tabel} yang ditentukan pada uji validitas penelitian ini sebesar 0,196. Adapun hasil uji validitas instrumen penelitian ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 2.6
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	No item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.		X1_1	0,662	0,196	VALID
2.		X1_2	0,604	0,196	VALID
3.		X1_3	0,591	0,196	VALID
4.		X1_4	0,758	0,196	VALID
5.		X1_5	0,654	0,196	VALID

6.	Iklan Online (X1)	X1_6	0,728	0,196	VALID
7.		X1_7	0,751	0,196	VALID
8.		X1_8	0,770	0,196	VALID
9.		X1_9	0,713	0,196	VALID
10.		X1_10	0,755	0,196	VALID
11.		X1_11	0,749	0,196	VALID
14.		X1_12	0,742	0,196	VALID
13.	Voucher Gratis (X2)	X2_1	0,706	0,196	VALID
12.		X2_2	0,833	0,196	VALID
15.		X2_3	0,772	0,196	VALID
16.		X2_4	0,747	0,196	VALID
17.		X2_5	0,794	0,196	VALID
18.		X2_6	0,822	0,196	VALID
19.		X2_7	0,803	0,196	VALID
20.		X2_8	0,854	0,196	VALID
21.		X2_9	0,859	0,196	VALID
22.		X2_10	0,778	0,196	VALID
23.		X2_11	0,746	0,196	VALID
24.	Keputusan Pembelian (Y)	Y_1	0,692	0,196	VALID
25.		Y_2	0,652	0,196	VALID
26.		Y_3	0,679	0,196	VALID
27.		Y_4	0,771	0,196	VALID
28.		Y_5	0,789	0,196	VALID
29.		Y_6	0,771	0,196	VALID
30.		Y_7	0,771	0,196	VALID
31.		Y_8	0,765	0,196	VALID
32.		Y_9	0,798	0,196	VALID
33.		Y_10	0,733	0,196	VALID

Sumber: Data Diolah 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Realibitas

Uji reabilitas item terhadap variabel dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument atau tes untuk memberikan skor yang hampir identik kepada setiap orang setiap kali pengujian ulang dilakukan. Reabilitas berarti ketepatan atau dapat dipercaya. Pengujian realibitas instrumen dilakukan menggunakan menu analisis *scale* dalam program SPSS 25. Untuk memastikan bahwa instrumen angket memiliki skala pengukuran yang tepat, setiap butir pertanyaan yang ada di instrumen diuji reabilitasnya. Untuk pengujian biasanya menggunakan natasan tertentu seperti reabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan 0,8 adalah baik. “Hasil uji reabilitas dapat dilihat pada *output statistic*, apabila nilai *cronbach alpha* diatas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ikur tersebut reliabel” (Priyanto, 2017, hlm 98). Hasil uji reabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 2.7
Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Iklan Online (X1)	0,909	Reliabel
2.	Voucher Gratis (X2)	0,940	Reliabel
3.	Keputusan Pembelian (Y)	0,902	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2023

Semua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,6 dengan variabel iklan online (X1) memiliki nilai 0,909, variabel voucher gratis (X2) memiliki nilai 0,940 dan variabel keputusan pembelian (Y) memiliki nilai 0,902.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur pengaruh iklan online, voucher gratis dan keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur.

2. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian

a. Deskriptif Statistik Variabel Iklan Online

Iklan online adalah bentuk promosi yang dilakukan melalui media internet. Untuk lebih jelas tentang variabel iklan online, lihat uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “saya sering mendapatkan informasi iklan tentang produk shopee diinstagram”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.8
Jawaban responden terhadap pernyataan “saya sering mendapatkan informasi iklantentang produk shopee di instagram”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	35	35
2,	Setuju	44	44
3.	Tidak Setuju	13	13
4.	Sangat Tidak Setuju	8	8
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner,2023.

Menurut data pada tabel 2.8 diketahui bahwa 35% responden menyatakan sangat setuju, 44% menyatakan setuju, 13% menyatakan tidak setuju dan 8% menyatakan sangat tidak setuju.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “iklan produk shopee yang muncul di instagram sesuai dengan yang saya inginkan”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.9
Jawaban responden terhadap pernyataan “iklan produk shopee yang muncul diinstagram sesuai dengan yang saya inginkan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	19	19
2.	Setuju	48	48
3.	Tidak Setuju	28	28
4.	Sangat Tidak Setuju	5	5
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.9 diketahui bahwa 19% responden menyatakan sangat setuju, 48% menyatakan setuju, 28% menyatakan tidak setuju dan 5% menyatakan sangat tidak setuju.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “iklan produk shopee yang muncul di instagram menarik saya untuk membeli”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.10
Jawaban responden terhadap pernyataan “iklan produk shopee yang muncul diinstagram menarik bagi saya”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	32	32
2.	Setuju	45	45

3.	Tidak Setuju	22	22
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.10 diketahui bahwa 32% responden menyatakan jawaban sangat setuju, 45% menyatakan setuju, 22% menyatakan tidak setuju dan 1% menyatakan sangat tidak setuju.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “saya sering mendapat iklan informasi diskon shopee di instagram”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.11

Jawaban responden terhadap pernyataan “saya sering mendapat iklan informasidiskon shopee di instagram”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	28	28
2.	Setuju	33	33
3.	Tidak Setuju	30	30
4.	Sangat Tidak Setuju	9	9
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.11 diketahui bahwa 28% responden menyatakan sangat setuju, 33% menyatakan setuju, 30% tidak setuju dan 9% sangat tidak setuju.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “saya sering nonton iklan shopee di tiktok”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator

dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.12
Jawaban responden terhadap pernyataan “saya sering nonton iklan shopee di tiktok”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	27	27
2.	Setuju	34	34
3.	Tidak Setuju	23	23
4.	Sangat Tidak Setuju	16	16
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.12 diketahui bahwa 27% responden menyatakan sangat setuju, 34% menyatakan setuju, 23% menyatakan tidak setuju dan 16% menyatakan sangat tidak setuju.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “iklan produk shopee yang muncul di tiktok sesuai dengan produk yang saya inginkan”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.13
Jawaban responden terhadap pernyataan “iklan produk shopee yang muncul di tiktok sesuai dengan produk yang saya inginkan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	21	21
2.	Setuju	37	37
3.	Tidak Setuju	31	31
4.	Sangat Tidak Setuju	11	11
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.13 diketahui bahwa 21% responden menyatakan

sangat setuju, 37% menyatakan setuju, 31% menyatakan tidak setuju dan 11% menyatakan sangat tidak setuju.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “saya sering menonton iklan shopee tentang diskon di tiktok”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.14

Jawaban responden terhadap pernyataan “saya sering menonton iklan shopee tentang diskon di tiktok”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	22	22
2.	Setuju	37	37
3.	Tidak Setuju	29	29
4.	Sangat Tidak Setuju	12	12
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.14 diketahui bahwa 22% jawaban responden sangat setuju, 37% menyatakan setuju, 29% menyatakan tidak setuju dan 12% menyatakan sangat tidak setuju.

- 8) Distribusi frekuensi indikator “saya sering menontong tentang iklan produk terbaru shopee di tiktok”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.15

Jawaban responden terhadap pernyataan “saya sering menonton tentang iklan produk terbaru shopee di tiktok”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	23	23

2.	Setuju	33	33
3.	Tidak Setuju	28	28
4.	Sangat Tidak Setuju	16	16
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.15 diketahui bahwa 23% responden menyatakan sangat setuju, 33% menyatakan setuju, 28% menyatakan tidak setuju dan 16% menyatakan sangat tidak setuju.

- 9) Distribusi frekuensi indikator “saya sering menonton tentang iklan produk shopee shopee di youtube”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.16

Jawaban responden terhadap pernyataan “saya sering menonton tentang iklan produkshopee di youtube”

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	20	20
2.	Setuju	32	32
3.	Tidak Setuju	33	33
4.	Sangat Tidak Setuju	15	15
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 2.16 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 20%, setuju sebesar 32%, tidak setuju sebesar 33% dan sangat tidak setuju sebesar 15%.

- 10) Distribusi frekuensi indikator “saya sering nonton iklan shopee saat sedang nonton vidio di youtube”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban

responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.17

Jawaban responden terhadap pernyataan “saya sering nonton iklan shopee saatsedang nonton vidio di youtube”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	23	23
2.	Setuju	28	28
3.	Tidak Setuju	38	38
4.	Sangat Tidak Setuju	11	11
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.17 diketahui bahwa 23% responden menyatakan sangat setuju, 28% menyatakan setuju, 38% menyatakan tidak setuju dan 11% menyatakan sangat tidak setuju.

- 11) Distribusi frekuensi indikator “saya sering mendapatkan iklan informasi produk terbaru shopee dari youtube”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2. 18

Jawaban responden terhadap pernyataan “saya sering mendapatkan iklan informasiproduk terbaru shopee dari youtube”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	21	21
2.	Setuju	26	26
3.	Tidak Setuju	34	34
4.	Sangat Tidak Setuju	19	19
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.18 diketahui bahwa 21% responden menyatakan sangat setuju, 26% menyatakan setuju, 34% menyatakan tidak setuju dan 19% menyatakan sangat tidak setuju.

- 12) Distribusi frekuensi indikator “iklan produk shopee yang muncul di youtube sesuai dengan yang saya inginkan”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2. 19

Jawaban responden terhadap pernyataan “iklan produk shopee yang muncul diyoutube sesuai dengan yang saya inginkan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	15	15
2.	Setuju	32	32
3.	Tidak Setuju	38	38
4.	Sangat Tidak Setuju	15	15
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.19 diketahui bahwa 15% reponden menyatakan sangat setuju, 32% menyatakan setuju, 38% menyatakan tidak setuju dan 15% sangat tidak setuju.

b. Deskriptif Statistik Variabel Voucher Gratis

Voucher gratis adalah voucher yang dapat ditukarkan dengan diskon atau produk dan layanan gratis. Untuk lebih mengetahui deskriptif statistik variabel voucher gratis dapat lihat uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “saya mengetahui tentang voucher gratis

ongkir mingguan shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.20
Tanggapan responden terhadap pernyataan “saya mengetahui tentang voucher gratisongkir mingguan shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	35	35
2.	Setuju	39	39
3.	Tidak Setuju	20	20
4.	Sangat Tidak Setuju	6	6
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.20 diketahui bahwa 35% responden menyatakan sangat setuju, 39% menyatakan setuju, 20% menyatakan tidak setuju dan 6% menyatakan sangat tidak setuju.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “saya sering memakai voucher gratis ongkir mingguan untuk membeli produk shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.21
Jawaban responden terhadap pernyataan “saya sering memakai voucher gratis ongkir mingguan untuk membeli produk shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	35	35
2.	Setuju	37	37
3.	Tidak Setuju	21	21
4.	Sangat Tidak Setuju	7	7
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.21 diketahui bahwa 35% responden menyatakan sangat setuju, 37% menyatakan setuju, 21% menyatakan tidak setuju dan 7% menyatakan sangat tidak setuju.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “saya senang dengan voucher gratis ongkir mingguan shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.22

Jawaban responden terhadap pernyataan “saya senang dengan voucher gratis ongkir mingguan shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	50	50
2.	Setuju	37	37
3.	Tidak Setuju	9	9
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.22 diketahui bahwa 50% responden menyatakan sangat setuju, 37% menyatakan setuju, 9% menyatakan tidak setuju dan 2% menyatakan sangat tidak setuju.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “voucher gratis mingguan shopee menarik saya untuk membeli produk shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.23

Jawaban responden terhadap pernyataan “voucher gratis mingguan shopee menarik saya untuk membeli produk shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	40	40
2.	Setuju	43	43
3.	Tidak Setuju	11	11
2.	Sangat Tidak Setuju	6	6
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.23 diketahui bahwa 40% responden menyatakan sangat setuju, 43% menyatakan setuju, 11% menyatakan tidak setuju dan 6% menyatakan sangat tidak setuju.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “saya mengetahui tentang voucher gratis extra shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.24

Jawaban responden terhadap pernyataan “saya mengetahui tentang voucher gratis extra shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	39	39
2.	Setuju	43	43
3.	Tidak Setuju	14	14
4.	Sangat Tidak Setuju	4	4
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.22 diketahui bahwa 39% responden menyatakan sangat setuju, 43% menyatakan setuju, 14% menyatakan tidak setuju dan 4% menyatakan sangat tidak setuju.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “voucher gratis extra shopee menarik saya untuk membeli produk shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.25
Jawaban responden terhadap pernyataan “voucher gratis extra shopee menarik saya untuk membeli produk shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	46	46
2.	Setuju	38	38
3.	Tidak Setuju	11	11
4.	Sangat Tidak Setuju	5	5
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.25 diketahui bahwa 46% responden menyatakan sangat setuju, 38% menyatakan setuju, 11% menyatakan tidak setuju dan 5% menyatakan sangat tidak setuju.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “voucher gratis extra shopee menarik saya untuk mengetahui tentang e-commerce shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.26
Jawaban responden terhadap pernyataan “voucher gratis extra shopee menarik saya untuk mengetahui tentang e-commerce shopee”

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	41	41
2.	Setuju	37	37

3.	Tidak Setuju	17	17
4.	Sangat Tidak Setuju	5	5
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.26 diketahui bahwa 41% responden menyatakan sangat setuju, 37% menyatakan setuju, 17% menyatakan tidak setuju dan 5% menyatakan sangat tidak setuju.

- 8) Distribusi frekuensi indikator “saya mengetahui tentang voucher cashback shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.27

Jawaban responden terhadap pernyataan “saya mengetahui tentang vouchercashback shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	40	40
2.	Setuju	39	39
3.	Tidak Setuju	11	11
4.	Sangat Tidak Setuju	10	10
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.27 diketahui bahwa 40% responden menyatakan sangat setuju, 39% menyatakan setuju, 11% menyatakan tidak setuju dan 10% menyatakan sangat tidak setuju.

- 9) Distribusi frekuensi indikator “voucher cashback shopee menarik saya untuk membeli produk shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.28
Jawaban responden terhadap pernyataan “voucher cashback shopee menarik saya untuk membeli produk shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	41	41
2.	Setuju	35	35
3.	Tidak Setuju	16	16
4.	Sangat Tidak Setuju	8	8
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.28 diketahui 41% responden menyatakan sangat setuju, 35% menyatakan setuju, 16% menyatakan tidak setuju dan 8% menyatakan sangat tidak setuju.

- 10) Distribusi frekuensi indikator “saya sangat senang ada voucher cashback shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.29
Jawaban responden terhadap pernyataan “saya sangat senang ada voucher cashback shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	45	45
2.	Setuju	38	38
3.	Tidak Setuju	12	12
4.	Sangat Tidak Setuju	5	5
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.29 diketahui bahwa 45% responden menyatakan sangat setuju, 38% menyatakan setuju, 12% menyatakan tidak setuju dan

5% menyatakan sangat tidak setuju.

- 11) Distribusi frekuensi indikator “saya sering memakai voucher cashback shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.30
Jawaban responden terhadap pernyataan “saya sering memakai voucher cashbackshopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	35	35
2.	Setuju	31	31
3.	Tidak Setuju	22	22
4.	Sangat Tidak Setuju	12	12
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.30 diketahui bahwa 35% responden menyatakan sangat setuju, 31% menyatakan setuju, 22% menyatakan tidak setuju dan 12% menyatakan sangat tidak setuju.

c. Deskriptif Statistik Variabel Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, iklan, physical evidence, people dan process, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa response yang muncul produk apa yang akan dibeli. Untuk lebih mengetahui deskripsi variabel keputusan pembelian dilihat uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “iklan shopee di instagram menarik saya untuk membeli produk shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.31
Jawaban responden terhadap pernyataan “iklan shopee di instagram menarik saya untuk membeli produk shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	32	32
2.	Setuju	42	42
3.	Tidak Setuju	21	21
4.	Sangat Tidak Setuju	5	5
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.31 diketahui bahwa 32% responden menyatakan sangat setuju, 42% menyatakan setuju, 21% menyatakan tidak setuju dan 5% menyatakan sangat tidak setuju.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “iklan shopee di tiktok menarik saya untuk membeli produk shopee di tiktok”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.32
Jawaban responden terhadap pernyataan “iklan shopee di tiktok menarik saya untuk membeli produk shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	30	30
2.	Setuju	34	34
3,	Tidak Setuju	22	22

4.	Sangat Tidak Setuju	12	12
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.32 diketahui bahwa 30% responden menyatakan sangat setuju, 34% menyatakan setuju, 22% menyatakan tidak setuju dan 12% menyatakan sangat tidak setuju.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “iklan shopee di youtube menarik saya untuk membeli produk shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.33
Jawaban responden terhadap pernyataan “iklan shopee di youtube menarik saya untuk membeli produk shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	24	24
2.	Setuju	29	29
3.	Tidak Setuju	32	32
4.	Sangat Tidak Setuju	15	15
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.33 diketahui bahwa 24% responden menyatakan sangat setuju, 29% menyatakan setuju, 32% menyatakan tidak setuju dan 15% menyatakan sangat tidak setuju.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “saya merasa iklan shopee menarik saya untuk membeli produk shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.34
Jawaban responden terhadap pernyataan “saya merasa iklan shopee menarik saya untuk membeli produk shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	30	30
2.	Setuju	50	50
3.	Tidak Setuju	17	17
4.	Sangat Tidak Setuju	3	3
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.32 diketahui bahwa 30% responden menyatakan sangat setuju, 50% menyatakan setuju, 17% menyatakan tidak setuju dan 3% menyatakan sangat tidak setuju.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “saya merasa puas dengan promosi produk iklan shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.35
Jawaban responden terhadap pernyataan “saya merasa puas dengan promosi produk iklan shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	25	25
2.	Setuju	54	54
3.	Tidak Setuju	20	20
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.35 diketahui bahwa 25% responden menyatakan sangat setuju, 54% menyatakan setuju, 20% menyatakan tidak

setuju dan 1% menyatakan sangat tidak setuju.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “saya merasa puas dengan voucher gratis mingguan shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.36

Jawaban responden terhadap pernyataan “saya merasa puas dengan voucher gratis mingguan shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat setuju	36	36
2.	Setuju	47	47
3.	Tidak Setuju	14	14
2.	Sangat Tidak Setuju	3	3
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.36 diketahui bahwa 36% responden menyatakan sangat setuju, 47% menyatakan setuju, 14% menyatakan tidak setuju dan 3% menyatakan sangat tidak setuju.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “saya merasa puas dengan voucher gratis extra shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.37

Jawaban responden terhadap pernyataan “saya merasa puas dengan voucher gratis extra shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	45	45
2.	Setuju	43	43
3.	Tidak Setuju	10	10

4.	Sangat Tidak Setuju	2	2
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.37 diketahui bahwa 45% responden menyatakan sangat setuju, 43% menyatakan setuju, 10 menyatakan tidak setuju dan 2% menyatakan sangat tidak setuju.

- 8) Distribusi frekuensi indikator “saya merasa puas dengan voucher cashback shopee”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan jawaban responden pada indikator tabel berikut:

Tabel 2.38

Jawaban responden terhadap pernyataan “saya merasa puas dengan vouchercashback shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	38	38
2.	Setuju	39	39
3.	Tidak Setuju	20	20
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.38 diketahui bahwa 38% responden menyatakan sangat setuju, 39% menyatakan setuju, 20% menyatakan tidak setuju dan 2% menyatakan sangat tidak setuju.

- 9) Distribusi frekuensi indikator “saya merasa puas dengan promosi voucher gratis di shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.39
Jawaban responden terhadap pernyataan “saya merasa puas dengan promosi voucher gratis di shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	33	33
2.	Setuju	50	50
3.	Tidak Setuju	16	16
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.39 diketahui bahwa 33% responden menyatakan sangat setuju, 50% menyatakan setuju, 16% menyatakan tidak setuju dan 1% menyatakan sangat tidak setuju.

10) Distribusi frekuensi indikator “saya merasa bisa membeli produk shopee bila ada voucher shopee”. Tabel berikut menunjukkan hasil jawaban responden terhadap indikator dengan data yang diperoleh:

Tabel 2.40
Jawaban responden terhadap pernyataan “saya merasa bisa membeli produk shopee bila ada voucher shopee”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	46	46
2.	Setuju	44	44
3.	Tidak Setuju	8	8
2.	Sangat Tidak Setuju	2	2
Total		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Menurut data pada tabel 2.40 diketahui bahwa 46% responden menyatakan

sangat setuju, 44% menyatakan setuju, 8% menyatakan tidak setuju dan 2% menyatakan sangat tidak setuju.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

“Uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak” (Santoso, 2012, hlm 358). Uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinier, dan uji autokorelasi adalah uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk menentukan apakah data dalam penelitian ini normal atau tidak, cukup membaca pada nilai signifikansi (Asymp Sig 2-tailed). Metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk menguji normalitas data. Ketika signifikansi kurang dari 0,05, kesimpulan data menunjukkan distribusi yang tidak normal. Jika signifikansi lebih dari 0,05, kesimpulan data menunjukkan distribusi yang normal. Hasil uji normalitas data ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 2.41
Hasil Uji
Normalitas Data

No.	Variabel	Asymp, Sig (2tailed)	Keterangan
1.	Iklan Online (X1)	0,89	Normal

2.	Voucher Gratis (X2)	0,200	Normal
3.	Keputusan Pembelian (Y)	0,200	Normal

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023.

Menurut tabel 2.41 nilai signifikansi (*Asymp Sig 2-Tailed*) untuk variabel iklan online (X1) sebesar 0,89. Ini menunjukkan nilai sig lebih dari 0,05 maka data dianggap berdistribusi normal. Nilai signifikansi (*Asymp Sig 2-Tailed*) untuk variabel voucher gratis (X2) sebesar 0,200. Ini menunjukkan nilai sig lebih dari 0,05 maka data dianggap berdistribusi normal. Nilai signifikansi (*Asymp Sig 2-Tailed*) untuk variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,200. Ini menunjukkan nilai sig lebih dari 0,05 maka data dianggap berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah variabel bebas penelitian memiliki korelasi atau tidak. Dalam model regresi yang baik, seharusnya tidak ada korelasi diantara variabel bebas. Nilai *Tolerance* dan *Value Inflation Factor* (VIF) dapat digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi diantara variabel tersebut.

- Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$, maka artinya tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika *Tolerance* $< 0,10$, maka terjadi multikolinieritas.
- Jika nilai VIF < 10 , maka artinya tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika VIF > 10 , maka terjadi multikolinieritas.

Tabel berikut menunjukkan hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini:

Tabel 2.42

Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Iklan Online (X1)	0,670	1.291	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Voucher Gratis (X2)	0,670	1.291	Tidak Terjadi Mulikolinieritas

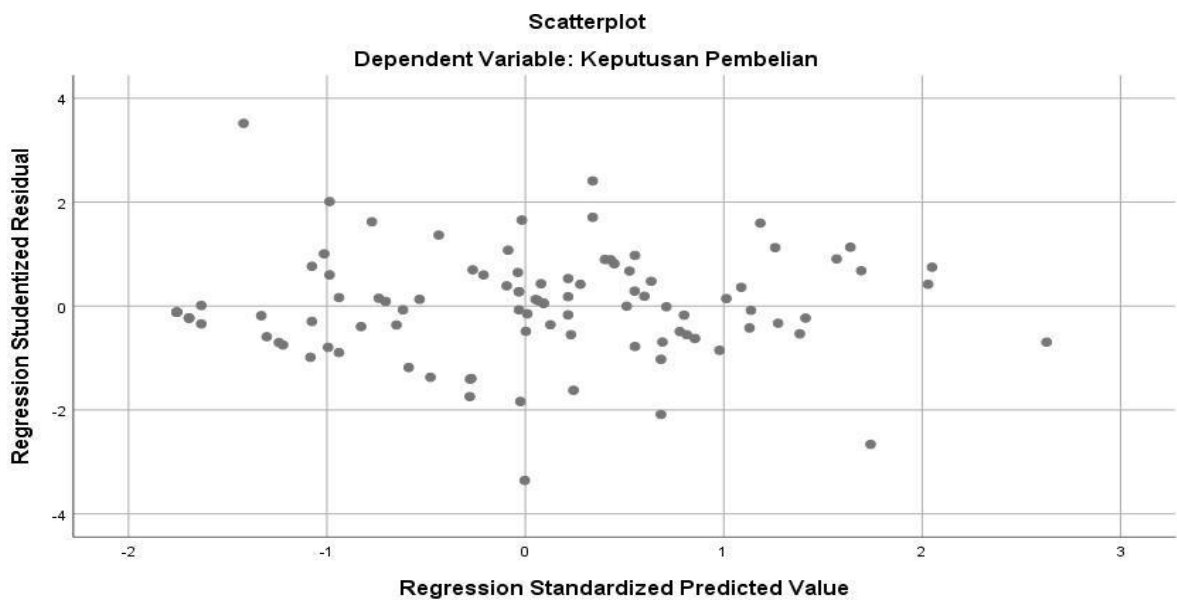
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023.

Menurut tabel 2.42, untuk mengetahui hasil multikolinieritas dapat dilihat pada *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu iklan online (X1) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,670, VIF sebesar 1.291 dan voucher gratis (X2) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,670, dan VIF sebesar 1.291. Berdasarkan penjelasan diatas apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui kesamaan masing-masing variabel iklan online (X1), voucher gratis (X2) dan keputusan pembelian (Y) terhadap e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji homogenitas variabel penelitian. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode grafik plot *Regression Studentised Residual*. Ini dilakukan dengan melihat grafik sebaran nilai residual. Gambar berikut menunjukkan hasil pengujian:

Gambar 2.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output Statistik 25, 2023.

Grafik Scatterplot di atas menunjukkan bahwa sebaran data tidak membentuk pola yang jelas, titik-titik data tersebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan tidak ada heteroskedastisitas pada model regresi, dengan kata lain, varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain sama. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model ini memenuhi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk menentukan apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu atau residual pada periode t dan periode $t-1$ dalam model regresi. Autokorelasi terjadi karena fakta bahwa informasi yang dikumpulkan sepanjang waktu terkait satu sama lain. Regresi yang bebas autokorelasi adalah regresi yang baik.

Untuk memastikan apakah persamaan dalam regresi menunjukkan korelasi serial atau tidak diantara variabel pengganggu. Uji *Durbin-Watson* digunakan untuk menentukan adanya autokorelasi. Keputusan tentang apakah ada atau tidaknya autokorelasi dalam model regresi dapat dilihat dibawah ini:

1. Bila $d < dL$ atau $d > 2-dL$, maka hipotesis nol ditolak, artinya terdapat autokorelasi.
2. Bila $dU < d < 2-dU$, maka hipotesis nol diterima, artinya tidak ada autokorelasi.
3. Bila $d > 2-dL$, maka hipotesis autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti autokorelasi negatif.
4. Bila $dL < d < dU$ atau $2-dU < d < 2-dL$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

Hasil uji autokorelasi Durbin-Watson:

$$n = 100$$

$$d = 2.213$$

$$dL = 1,633$$

$$dU = 1,715$$

$$2-dL = 2-1.663 = 2.337$$

$$2-dU = 2-1.715 = 2.285$$

Adapun nilai Durbin-Watson pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.43
Hasil Uji Autokorelasi

dL	dU	DW	2-dU
1,633	1,715	2.213	2.285

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023.

Menurut data tabel diatas, maka nilai *Durbin-Watson* dalam model regresi sebesar 2.213 dengan rumus bila $dU < d < 2-dU$, maka dengan hipotesis nol dan tidak ada autokorelasi.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas iklan online (X1) dan voucher gratis (X2) terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur, uji regresi linier berganda digunakan SPSS versi 25. Hasil uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 2.44
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficiens		Standardized Coefficiens	t	Sig
		B	Std.Error	Beta		
1.	(Constant)	2.658	1.312		2.026	0,046
	Iklan Online (X1)	.358	0.55	.476	6.537	0,000
	Voucher Gratis (X2)	.337	0.56	.436	5.979	0,000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)						
		F Hitung = 91.992 Adjusted R Square = 0,648		R = 0,809 R Square = 0,655		Sig = 0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023.

Menurut pada tabel 2.44 diketahui nilai *R* sebesar 0,809, ini menunjukkan hubungan yang kuat antara iklan online dan voucher gratis terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur. Nilai *R Square* sebesar 0,628 berarti bahwa 62,8% keputusan pembelian Kecamatan

Banjarmasin Timur sebagian besar disebabkan oleh variabel iklan online dan voucher gratis. Sedangkan sisanya 35,2% dipengaruhi oleh komponen lain yang tidak termasuk dalam variabel yang diteliti.

Persamaan analisis regresi berganda berikut dapat diperoleh berdasarkan tabel sebelumnya:

$$Y = 2,658 + 0,358 X_1 + 0,337 X_2$$

Keputusan pembelian e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur tanpa iklan dan voucher gratis adalah 2,658 menurut persamaan regresi berganda diatas.

Koefisien regresi variabel iklan online bernilai positif, yang menunjukkan bahwa ada hubungan searah antara iklan online dan keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur. Artinya jika iklan online meningkat, maka keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur juga akan mengalami peningkatan.

Koefisien regresi variabel voucher gratis bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara voucher gratis dan keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur. Artinya jika pemakai voucher gratis meningkat, maka keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur juga akan mengalami peningkatan.

Melihat pada tabel 2.44 dapat diketahui bahwa variabel yang memberikan pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur adalah variabel iklan online, karena iklan online

memberikan distribusi paling tinggi terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,358. Sedangkan variabel lainnya yaitu variabel voucher gratis dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,337.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji hipotesisi ke dua untuk mengetahui pengaruh iklan online dan voucher gratis terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur yaitu dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan signifikansi 95% ($\alpha = 0,5$), jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Rumus Uji t:

- a) Jika nilai sig $< 0,05$, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- b) Jika nilai sig $> 0,05$, atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Rumus t_{tabel} : $t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,025 ; 97) = 1.984$

Hasil uji t dapat dinilai pada tabel berikut:

Tabel 2.45
Hasil Uji t

No.	Variabel	T_{hitung}	t_{tabel}	Sig
1.	Iklan Online (X1)	6.53 7	1.9 84	0,000
2.	Voucher Gratis (X2)	5.97 9	1.9 84	0,000

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023.

Nilai signifikansi t untuk masing-masing variabel independen disajikan dalam tabel 2.25 dan dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Variabel iklan online (X1), nilai t_{hitung} sebesar 6.537 sedangkan t_{tabel} sebesar 1.988 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6.537 > 1.988$) atau sig ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel iklan online (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur.
- 2) Variabel voucher gratis (X2), nilai t_{hitung} sebesar 5.979 sedangkan t_{tabel} sebesar 1.988 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.979 > 1.988$) atau sig ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel voucher gratis (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur.

Dengan demikian, maka hipotesis penelitian yaitu H1 yang berbunyi “iklan online dan voucher gratis secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur” dinyatakan diterima.

c. Uji F

Dalam pengujian ini, variabel bebas yaitu iklan online dan voucher gratis diuji bersamaan (simultan) dengan variabel terikat yaitu keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur. Pengujian ini dilakukan dengan

uji F, dengan tingkat signifikansi sebesar 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Rumus uji F:

- a) Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- b) Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Rumus F_{tabel} : $F(k;n-k) = F(2;98) = 3,09$

Tabel 2.46
Hasil Uji F

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig
0,809	0,655	0,628	91.992	3,09	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023.

Hasil perhitungan bahwa nilai signifikansi $F(0,000) < \alpha(0,05)$, yaitu $(0,000 < 0,05)$ atau dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dimana dari hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($91.992 > 3,09$). Berdasarkan perhitungan tersebut maka keputusannya adalah secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari iklan online dan voucher gratis secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel kepuasan, iklan online dan voucher gratis terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur. Oleh karena itu, hipotesis penelitian H2 yang mengatakan “pengaruh iklan online dan voucher gratis secara simultan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur” dinyatakan diterima.

Berdasarkan pada hasil uji t dan uji F sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur dipengaruhi oleh iklan online dan voucher gratis secara parsial dan simultan.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Iklan Online Dan Voucher Gratis Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee Kecamatan Banjarmasin Timur

Pengaruh secara parsial berarti pengaruh dari iklan online dan voucher gratis secara sendiri-sendiri terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur yang dianalisis menggunakan uji t. Hasil uji t menunjukkan bahwa masing-masing variabel yang terdiri dari iklan online dan voucher gratis memberikan pengaruh yang berbeda-beda terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur. Iklan online memberikan pengaruh sebesar 0,358 terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur. Semakin banyak iklan online shopee, maka semakin banyak orang tau tentang shopee. Iklan online pada dasarnya terbentuk sebagai akumulasi dari beberapa aspek, yaitu iklan online di youtube, iklan online di tiktok dan iklan online di instagram. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Alyasinta Viela Tusanputri, Amron, (2021) yang menyatakan bahwa iklan berpengaruh kepada keputusan pembelian.

Voucher gratis memberikan pengaruh sebesar 0,337 terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur. Voucher gratis merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan voucher gratis yang diberikan kepada pelanggan sebagai bagian dari strategi pemasaran. Voucher gratis merupakan akumulasi dari voucher gratis ongkir mingguan, voucher gratis extra dan voucher cashback. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Alyasinta Viela Tusanputri, Amron, (2021) yang menyatakan bahwa voucher gratis berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Iklan Online Dan Voucher Gratis Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee Kecamatan Banjarmasin Timur.

Pengaruh secara simultan maksudnya adalah pengaruh secara bersama-sama dari variabel bebas yang terdiri dari iklan online dan voucher gratis terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur yang dianalisis menggunakan uji F.

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yang berarti bahwa secara simultan atau bersama-sama iklan online dan voucher gratis memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur.

Nilai *R Square* adalah sebesar 0,655 yang bernakna bahwa 65,5% keputusan

pembelian pada e-commerce shopee Kecamatan Banjarmasin Timur di tentukan oleh iklan online dan voucher gratis, sedangkan sisanya yakni 32,5% ditentukan oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

Hal ini berarti bahwa untuk meningkatkan keputusan pembelian pada e-commerce Banjarmasin Timur aspek yang perlu diperhatikan adalah iklan online dan voucher gratis pada e-commerce shopee.