

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Letak Geografis

Kecamatan Talang Kelapa merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan dengan luas 560,12 km². Letak kecamatan berbatasan langsung dengan enam kecamatan, sebelah utara berbatasan kecamatan Tanjung Lago dan Sako Palembang, sebelah barat Kecamatan Sembawa, sebelah timur Kecamatan Sukarame dan Alang-Alang lebar Palembang.

Pusat pemerintahan Kecamatan Talang Kelapa berada di Kelurahan Sukajadi, sedangkan titik keramaian berada di dua wilayah, Kelurahan Sukajadi dan Kelurahan Kenten. Hal ini dikarenakan di dua wilayah ini terdapat pusat pemukiman dan pertokoan, dan memiliki akses yang mudah.

Komplek Azhar ini merupakan bagian dari wilayah Kelurahan Kenten Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan. Secara geografis yang berada di Kelurahan Kenten dengan memiliki luas wilayah 4,50 km² yang terdiri berbagai perumahan dan perkampungan warga. Adapun jarak Komplek Azhar dengan pusat Kota Palembang, Kabupaten, Kecamatan senagai berikut:

- a. Jarak Komplek Azhar ke pusat Kota Palembang 7,8 km
- b. Jarak Komplek Azhar ke Kabupaten 41 km
- c. Jarak Komplek Azhar ke Kecamatan 18 km

2. Keadaan Sosial Ekonomi Penduduk

Keadaan masyarakat Komplek Azhar memiliki persamaan dengan daerah lainnya. Dari aspek keadaan adat istiadat, mata pencaharian dan yang lainnya. Masyarakat Komplek azhar ini adalah masyarakat yang memperhatikan saling peduli, antar tetangga

hidup dengan rukun dan damai dan memiliki rasa kekeluargaan yang erat.

Sebagian besar masyarakat Komplek Azhar memiliki mata pencaharian yang beragam yang terdiri dari Pegawai Negeri Sipil, Pedagang, Buruh, TNI, Polisi, Paramedis, Karyawan Swasta, wiraswasta. Mata pencaharian masyarakat Komplek Azhar di dominasi pedagang dan buruh.

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden penelitian ini, dapat dilihat berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pekerjaan dan Frekuensi Pembelian Melalui Aplikasi Shopee Dan Lazada Oleh Masyarakat Komplek Azhar. Tujuan adanya pengelompokkan karakteristik responden adalah untuk mengetahui lebih jelas tentang responden sebagai objek penelitian.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	14	14,6	14,6	14,6
Perempuan	82	85,4	85,4	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang diolah dengan spss 23,2021

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa dari 96 responden, jenis kelamin yang paling banyak adalah perempuan dengan jumlah 82 orang (85,4%), sedangkan laki-laki berjumlah 14 orang (14,6%).

2. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Vali d	Asisten Apoteker	1	1,0	1,0	1,0
	Farmasi	1	1,0	1,0	2,1
	Freelance	5	5,2	5,2	7,3
	Guru	2	2,1	2,1	9,4
	Honoror	1	1,0	1,0	10,4
	Ibu Rumah Tangga	17	17,7	17,7	28,1
	Karyawan BUMN	1	1,0	1,0	29,2
	Karyawan Swasta	21	21,9	21,9	51,0
	Mahasiswa	42	43,8	43,8	94,8
	Pelajar	4	4,2	4,2	99,0
	Perawat	1	1,0	1,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah dengan spss 23, 2021

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa dari 96 responden, pekerjaan yang paling banyak adalah mahasiswa sebanyak 42 orang (43,8%). Untuk pekerjaan yang lain seperti karyawan swasta 21 orang (21,9%), ibu rumah tangga 17 orang (17,7%), karyawan BUMN 1 orang (1,0%), asisten apoteker 1 orang (1,0%), farmasi 1 orang (1,0%), freelance 5

orang (5,2%), Guru 2 orang (2,1%), Honorer 1 orang (1,0%), pelajar 4 orang (4,2%), dan perawat 1 orang (1,0%).

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Karakteristik responden berdasarkan Frekuensi Pembelian dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.3
Belanja di Shopee dan Lazada Dalam Sebulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid > 10 Kali	33	34,4	34,4	34,4
1 Kali	7	7,3	7,3	41,7
10 Kali	8	8,3	8,3	50,0
2 Kali	8	8,3	8,3	58,3
3 Kali	6	6,3	6,3	64,6
5 Kali	34	35,4	35,4	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah dengan spss 23, 2021

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa dari 96 responden sebagian besar responden melakukan pembelian di shopee dan lazada 5 kali sebanyak 34 orang (35,4%), kemudian pembelian di

shopee dan lazada >10 kali sebanyak 33 orang (34,4%), pembelian di shopee dan lazada 10 kali sebanyak 8 orang (8,3%), pembelian di shopee dan lazada 2 kali sebanyak 8 orang (8,3%), pembelian di shopee dan lazada 3 kali sebanyak 6 (6,3%), dan pembelian di shopee dan lazada 1 kali sebanyak 7 orang (7,3%).

C. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas item ialah uji instrumen data yang digunakan untuk mengetahui seberapa akurat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas di penelitian ini dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan pengujian dua sisi dengan taraf signifikan 0.05 (5%) dari *degree of freedom* (df)= $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel.. Apabila nilai r hitung $>$ r tabel maka item dinyatakan valid, sedangkan r hitung $<$ r tabel, maka item

dinyatakan tidak valid.⁴⁸ Pada penelitian ini jumlah sample (n) sejumlah 96 orang, maka (df) = 96-2 = 94 dengan signifikan 5% (0,05) sehingga r tabel pada penelitian ini adalah 0,2006. Berikut adalah hasil Uji Validitas :

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Shopee (X₁)
Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTALX1
X1.1 Pearson Correlation	1	,340**	,446**	,418**	,414**	,304**	,319**	,676**
X1.1 Sig. (2-Tailed)		,001	,000	,000	,000	,003	,002	,000
X1.1 N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.2 Pearson Correlation	,340**	1	,529**	,271**	,345**	,330**	,287**	,652**
X1.2 Sig. (2-Tailed)	,001		,000	,008	,001	,001	,005	,000
X1.2 N	96	96	96	96	96	96	96	96

⁴⁸ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Ponorogo : CV. Wade Group), hlm. 65

X1.3	Pearson Correlation	,446**	,529**	1	,494**	,465**	,446**	,348**	,777**
	Sig. (2-Tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,001	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	,418**	,271**	,494**	1	,102	,190	,191	,554**
	Sig. (2-Tailed)	,000	,008	,000		,323	,064	,062	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	,414**	,345**	,465**	,102	1	,626**	,523**	,736**
	Sig. (2-Tailed)	,000	,001	,000	,323		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	,304**	,330**	,446**	,190	,626**	1	,412**	,698**
	Sig. (2-Tailed)	,003	,001	,000	,064	,000		,000	,000

	N	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.7	Pearson Correlation	,319**	,287**	,348**	,191	,523**	,412**	1	,660**
	Sig. (2-Tailed)	,002	,005	,001	,062	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
TOTAL X1	Pearson Correlation	,676**	,652**	,777**	,554**	,736**	,698**	,660**	1
	Sig. (2-Tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel	Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Keputusan Pembelian di Shopee	Pernyataan 1	0,676	0,2006	Valid
	Pernyataan 2	0,652	0,2006	Valid
	Pernyataan 3	0,777	0,2006	Valid
	Pernyataan 4	0,554	0,2006	Valid
	Pernyataan 5	0,736	0,2006	Valid

	Pernyataan 6	0,698	0,2006	Valid
	Pernyataan 7	0,660	0,2006	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan spss 23,2021

Berdasarkan tabel 4.4 diatas uji validitas variabel Keputusan Pembelian di Shopee (X_1) diketahui bahwa setiap item pertanyaan mempunyai r hitung $>$ r tabel (0,2006), sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Keputusan Pembelian di Shopee (X_1) valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian di Lazada
Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTAL X2
X2.1 Pearson Correlation	1	,348**	,400**	,138	,086	,074	,614**	,594**
Sig. (2-Tailed)		,001	,000	,180	,405	,475	,000	,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.2 Pearson Correlation	,348**	1	,390**	,158	,236*	,435**	,200	,601**
Sig. (2-Tailed)	,001		,000	,124	,021	,000	,051	,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.3 Pearson Correlation	,400**	,390**	1	,340**	,446**	,418**	,414**	,745**
Sig. (2-Tailed)	,000	,000		,001	,000	,000	,000	,000

N	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.4 Pearson Correlation	,138	,158	,340**	1	,529**	,271**	,345**	,611**
Sig. (2-Tailed)	,180	,124	,001		,000	,008	,001	,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.5 Pearson Correlation	,086	,236*	,446**	,529**	1	,494**	,465**	,708**
Sig. (2-Tailed)	,405	,021	,000	,000		,000	,000	,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.6 Pearson Correlation	,074	,435**	,418**	,271**	,494**	1	,102	,606**
Sig. (2-Tailed)	,475	,000	,000	,008	,000		,323	,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.7 Pearson Correlation	,614**	,200	,414**	,345**	,465**	,102	1	,696**
Sig. (2-Tailed)	,000	,051	,000	,001	,000	,323		,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96

TOT Pearson ALX Correlation 2	,594**	,601**	,745**	,611**	,708**	,606**	,696**	1
Sig. (2-Tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	96	96	96	96	96	96	96	96

** . Correlation Is Significant At The 0.01 Level (2-Tailed).

* . Correlation Is Significant At The 0.05 Level (2-Tailed).

Variabel	Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Keputusan Pembelian di Shopee	Pernyataan 1	0,594	0,2006	Valid
	Pernyataan 2	0,601	0,2006	Valid
	Pernyataan 3	0,745	0,2006	Valid
	Pernyataan 4	0,611	0,2006	Valid
	Pernyataan 5	0,708	0,2006	Valid
	Pernyataan 6	0,606	0,2006	Valid
	Pernyataan 7	0,696	0,2006	Valid

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas uji validitas variabel Keputusan Pembelian di Lazada (X₂) diketahui bahwa setiap item pertanyaan mempunyai r hitung > r tabel (0,2006), sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Keputusan pembelian di Lazada (X₂) valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif (Y)
Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TOTALY
Y.1 Pearson Correlation	1	,348**	,400**	,138	,086	,074	,614**	,372**	,352**	,597**
Sig. (2-Tailed)		,001	,000	,180	,405	,475	,000	,000	,000	,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.2 Pearson Correlation	,348**	1	,390**	,158	,236*	,435**	,200	,168	,210*	,541**
Sig. (2-Tailed)	,001		,000	,124	,021	,000	,051	,102	,040	,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.3 Pearson Correlation	,400**	,390**	1	,340**	,446**	,418**	,414**	,304**	,319**	,697**
Sig. (2-Tailed)	,000	,000		,001	,000	,000	,000	,003	,002	,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.4 Pearson Correlation	,138	,158	,340**	1	,529**	,271**	,345**	,330**	,287**	,591**
Sig. (2-Tailed)	,180	,124	,001		,000	,008	,001	,001	,005	,000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

Y.5	Pearson Correlation	,086	,236*	,446**	,529**	1	,494**	,465**	,446**	,348**	,699**
	Sig. (2-Tailed)	,405	,021	,000	,000		,000	,000	,000	,001	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.6	Pearson Correlation	,074	,435**	,418**	,271**	,494**	1	,102	,190	,191	,545**
	Sig. (2-Tailed)	,475	,000	,000	,008	,000		,323	,064	,062	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.7	Pearson Correlation	,614**	,200	,414**	,345**	,465**	,102	1	,626**	,523**	,753**
	Sig. (2-Tailed)	,000	,051	,000	,001	,000	,323		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.8	Pearson Correlation	,372**	,168	,304**	,330**	,446**	,190	,626**	1	,412**	,673**
	Sig. (2-Tailed)	,000	,102	,003	,001	,000	,064	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.9	Pearson Correlation	,352**	,210*	,319**	,287**	,348**	,191	,523**	,412**	1	,645**
	Sig. (2-Tailed)	,000	,040	,002	,005	,001	,062	,000	,000		,000

	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
TOTALY	Pearson Correlation	,597**	,541**	,697**	,591**	,699**	,545**	,753**	,673**	,645**	1
	Sig. (2-Tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

** . Correlation Is Significant At The 0.01 Level (2-Tailed).

* . Correlation Is Significant At The 0.05 Level (2-Tailed).

Variabel	Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Keputusan Pembelian di Shopee	Pernyataan 1	0,597	0,2006	Valid
	Pernyataan 2	0,541	0,2006	Valid
	Pernyataan 3	0,697	0,2006	Valid
	Pernyataan 4	0,591	0,2006	Valid
	Pernyataan 5	0,699	0,2006	Valid
	Pernyataan 6	0,545	0,2006	Valid
	Pernyataan 7	0,753	0,2006	Valid
	Pertanyaan 8	0,673	0,2006	Valid
	Pertanyaan 9	0,645	0,2006	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan spss 23, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 diatas uji validitas Perilaku Konsumtif (Y) diketahui bahwa setiap item pernyataan mempunyai r hitung > r tabel (0,2006),

sehingga dapat dikatakan variabel Perilaku Konsumtif (Y) valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan tes yang mengarah pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi dan akurasi. Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Menurut Sekaran dalam buku Rochmat Aldy Purnomo, mengatakan bahwa jika reliabilitas < dari 0,60 artinya kurang baik, sedangkan reliabilitas 0,7 dapat diterima, dan reliabilitas > dari 0,80 artinya baik.⁴⁹ Berikut hasil perhitungan Uji Reliabilitas:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

X₁ Keputusan Pembelian di Shopee

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N Of Items
,804	7

⁴⁹ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*,.... hlm. 79

X₂ Keputusan Pembelian di Lazada

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N Of Items
,773	7

Y Perilaku Konsumtif

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N Of Items
,817	9

No	Variabel	Standar Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Etika Bisnis Islam (X1)	0,804	0,60	Reliabel
2	Harga (X2)	0,773	0,60	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,817	0,60	Reliabel

Sumber : Data yang diolah dengan spss 23, 2021

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas dapat disimpulkan hasil uji reliabilitas memperlihatkan nilai *cronback's alpha* dari semua variabel > 0,60 dengan demikian variabel Keputusan Pembelian di Shopee (X₁),

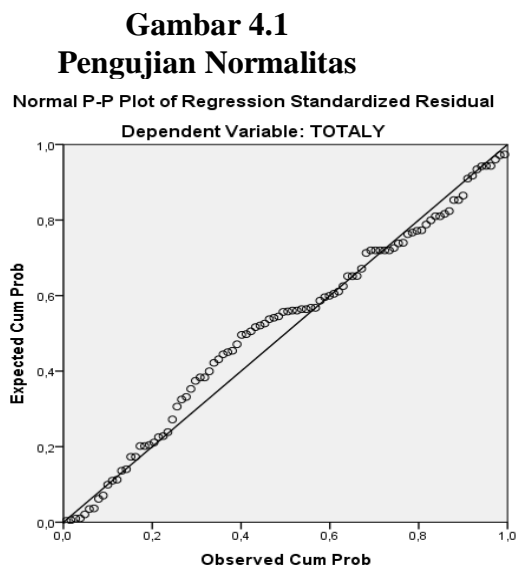
Keputusan Pembelian di Lazada (X_2), dan Perilaku Konsumtif (Y) dapat dikatakan reliabel.

D. Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah data yang terkumpul berdistribusi normal atau tidak.⁵⁰ Uji normalitas dapat dilihat melalui sebuah grafik normal P-P plot (Probability plots).



⁵⁰ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika : Suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta : Bumi Aksara,2019), hlm 211

Berdasarkan gambar 4.1 diatas, maka hasil dari analisis data dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan emngikuti arah garis diagonal. Maka dapat dikatakan bahwa model regresi terdistribusi normal dan memenuhi syarat sebagai asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan dari asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan antara variabel independent atau variabel bebas dalam model regresi. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Apabila nilai $VIF > 10,00$ atau nilai *tolerance* $> 0,01$ maka terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika nilai $VIF < 10,00$ atau nilai *tolerance* $< 0,01$ maka tidak terjadi multikolinieritas.⁵¹

⁵¹*Ibid.*,, hlm 236-237

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,518	,441		1,175	,243		
TOTALX1	,595	,047	,492	12,593	,000	,150	6,673
TOTALX2	,658	,050	,517	13,211	,000	,150	6,673

Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber: Data primer yang diolah dengan spss 23, 2021

Dari tabel 4.8 diatas, hasil uji multikoliniearitas, nilai *Tolerance* untuk variabel Keputusan Pembelian di Shopee (X_1) sebesar 0,150 dan untuk variabel Keputusan Pembelian di Lazada (X_2) sebesar 0,150 menunjukkan bahwa tidak ada variabel independent atau variabel bebas yang memiliki nilai *Tolerance* $> 0,10$. Sedangkan perhitungan *Variance Inflation Factor (VIF)* untuk variabel Keputusan Pembelian di Shopee (X_1) sebesar 6,673 dan variabel Keputusan Pembelian di Lazada (X_2) sebesar 6,673 menunjukkan bahwa tidak ada variabel independent $< 10,00$. Oleh

karena itu dapat dikatakan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas.

c. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Uji linearitas dilakukan dengan mencari persamaan garis regresi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).⁵² Pengujian diajukan dalam SPSS dengan *test for linearity* pada taraf signifikansi $> 0,05$. Hal ini berarti variabel bebas berkorelasi linier dengan variabel terikat. Sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$, maka variabel bebas tidak memiliki korelasi linier dengan variabel terikat. Berikut adalah hasil uji linearitas masing-masing variabel.

⁵² Hadi Ismanto dan Silviana Pebruary, *Aplikasi SPSS dan Eview Dalam Analisis Data Penelitian*, (Yogyakarta : Deepublish, 2021) hlm. 77

Tabel 4.9
Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian di
Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif
ANOVA Table

			Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL	Between	(Combined)	5090,038	21	242,383	82,865	,000
LY *	n	Linearity	4981,117	1	4981,117	1702,937	,000
TOTAL	Groups	Deviation					
LX1		From	108,921	20	5,446	1,862	,059
		Linearity					
Within Groups			216,451	74	2,925		
Total			5306,490	95			

Sumber: Data primer yang diolah dengan spss 23, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 diperoleh nilai test for linearity sebesar $0,059 > 0,050$. Artinya terdapat hubungan linear antara Keputusan Pembelian di Shopee dengan Perilaku Konsumtif.

Tabel 4.10
Hasil Uji Linearitas Keputusan pembelian di
Lazada Terhadap Perilaku Konsumtif
ANOVA Table

			Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL	Between	(Combined)	5080,226	24	211,676	66,422	,000
Y *	n	Linearity	5000,528	1	5000,528	1569,130	,000
TOTAL	Groups	Deviation					
X2		From	79,698	23	3,465	1,087	,380
		Linearity					
Within Groups			226,264	71	3,187		
Total			5306,490	95			

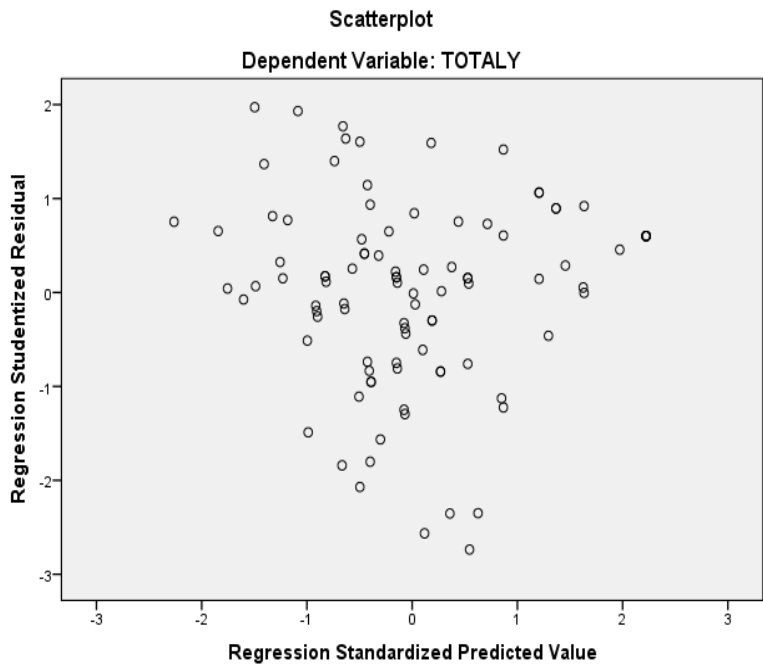
Sumber: Data primer yang diolah dengan spss 23, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh nilai test for linearity sebesar $0,380 > 0,05$. Artinya terdapat hubungan linear antara Keputusan Pembeian di Lazada dengan Perilaku Konsumtif.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas dalam persamaan regresi berganda perlu di uji mengenai sama atau tidak sama varians dari residual dari observasi yang satu dengan lainnya. Terjadi homoskedastisitas jika pada *scatterplot* titik-titik dari hasil pengolahan data antara Zpred dan Sresid menyebar di bawah maupun di atas titik origin pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola teratur. Terjadi homoskedastisitas jika *scatterplot* titik-titik mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar maupun bergelombang.

Gambar 4.2
Scatterplot Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah dengan spss 23, 2021

Berdasarkan gambar 4.2 Hasil uji Heteroskedastisitas terlihat digambar bahwa titik menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu *Regression Studentized Residual*. Oleh karena itu, uji heterokedastisitas menggunakan metode analisis grafik pada model

regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Setelah dilakukan pengelolaan data, tabel regresi linear berganda sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,518	,441		1,175	,243		
TOTALX1	,595	,047	,492	12,593	,000	,150	6,673
TOTALX2	,658	,050	,517	13,211	,000	,150	6,673

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Data primer yang diolah dengan spss 23, 2021

Dari tabel 4.12 di atas, hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel Keputusan pembelian di Shopee sebesar 0,595 dan

Keputusan Pembelian di Lazada sebesar 0,658 serta menghasilkan constant sebesar 0,518. Sehingga persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,518 + 0,595 X_1 + 0,658 X_2 + \text{eror}$$

Keterangan :

Y = Perilaku Konsumtif

X₁ = Keputusan Pembelian Melalui Shopee

X₂ = Keputusan Pembelian Melalui Lazada

Dan persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Koefisien regresi Keputusan Pembelian di Shopee memberikan 0,595 yang berarti jika Keputusan Pembelian di Shopee mengalami penambahan maka Perilaku Konsumtif akan bertambah sebesar 0,595 dengan asumsi bahwa variabel independen (variabel bebas) yang lain dari model regresi tetap. Dan jika dilihat variabel Keputusan Pembelian di Shopee Nilai *sig-value* 0,000 lebih

kecil dari nilai p-value yang di tentukan 0,05 atau $0,000 < 0,05$ maka terdapat hubungan antara Keputusan Pembelian di Shopee terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Komplek Azhar Kelurahan kenten Kecamatan Talang Kelapa.

- b. Koefisien regresi Keputusan Pembelian di Lazada memberikan 0,658 yang berarti jika Keputusan Pembelian di Lazada mengalami penambahan maka Perilaku Konsumtif akan bertambah sebesar 0,658 dengan asumsi bahwa variabel independen (variabel bebas) yang lain dari model regresi tetap. Dan jika dilihat variabel Keputusan Pembelian di Lazada memiliki Nilai *sig-value* 0,000 lebih besar dari nilai p-value yang di tentukan 0,05, atau $0,000 < 0,05$ maka terdapat hubungan antara Keputusan Pembelian di Lazada terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Komplek Azhar Kelurahan Kenten Kecamatan Talang Kelapa.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t merupakan pengujian yang bertujuan untuk menguji signifikan pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.⁵³ Dalam penelitian ini, nilai t hitung didapat dengan rumus $df = n - k$ dengan n berjumlah 96 dan $k = 3$ ($df = 96 - 3 = 93$) maka besarnya t hitung dengan nilai signifikan 0,05 diperoleh sebesar 1,98580

Tabel 4.12
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,518	,441		1,175	,243		
TOTALX1	,595	,047	,492	12,593	,000	,150	6,673
TOTALX2	,658	,050	,517	13,211	,000	,150	6,673

A. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Data yang diolah dengan spss 23, 2021

⁵³ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*, (yogyakarta : Deepublish, 2020), hlm. 141

Tabel 4.12 diatas hasil uji parsial (Uji T) yang dijelaskan masing-masing, sebagai berikut:

- 1) Keputusan Pembelian di Shopee (X_1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan tabel 4.12, menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel Keputusan Pembelian di Shopee (X_1) memperoleh nilai sebesar 12,593 dan t tabel sebesar 1,985 yang berarti $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($12,593 > 1,985$) dengan signifikan $0,000 < 0,005$. Artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak. Maka dapat dikatakan bahwa variabel Keputusan pembelian di Shopee (X_1) mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Komplek Azhar (Y).

2) Keputusan Pembelian di Lazada (X_2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan tabel 4.12, menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel Keputusan Pembelian di Lazada (X_2) memperoleh nilai sebesar 13,211 dan t tabel sebesar 1,985 yang berarti $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($13,211 > 1,985$) dengan signifikan $0,000 < 0,005$. Artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak. Maka dapat dikatakan bahwa variabel Keputusan Pembelian di Lazada (X_2) mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Komplek Azhar(Y).

b. Uji Simultan (Uji F)

Pada penelitian ini nilai f hitung didapatkan dengan rumus $df (n1) = k-1$; $df (n2) = n-k$, dengan n berjumlah 96 dan sebanyak 3. Jadi, ($df (n1) = 3 - 1$; $df (n2) = 96 - 3 = 2$; 93). Maka

besarnya f hitung dengan nilai signifikan 0,05 diperoleh sebesar 3,09

Tabel 4.13
Hasil Uji Simultan (Uji F)
Anova^a

Model		Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5193,385	2	2596,693	2135,134	,000 ^b
	Residual	113,104	93	1,216		
	Total	5306,490	95			

a. Dependent Variable: TOTALY

b. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

Sumber: Data yang diolah dengan spss 23, 2021

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa f hitung > f tabel yaitu $2135,134 > 3,09$, dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak. Keputusan Pembelian di Shopee dan Keputusan Pembelian di Lazada secara simultan memiliki Hubungan positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah alat ukur yang digunakan untuk mengetahui hasil dari model dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	,989 ^a	,979	,978	1,10280

a. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

b. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: data yang diolah dengan spss 23, 2021

Berdasarkan tabel 4.14, menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,978, artinya hubungan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 97,8%. Berarti besarnya hubungan variabel independen (Keputusan Pembelian Melalui Shopee dan Keputusan Pembelian melalui Lazada) terhadap variabel dependen (Perilaku Konsumtif) adalah 97,8% sedangkan sisanya 2,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa Keputusan Pembelian Melalui Shopee memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini berdasarkan hasil t hitung ($12,593$) $>$ t tabel ($1,985$) dan perbandingan nilai signifikan yang didapat ($0,000$) $<$ ($0,005$), artinya bahwa tingkat signifikan yang lebih kecil daripada tingkat kesalahan, dengan nilai koefisien regresi sebesar $0,595$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima, yang artinya Keputusan Pembelian Melalui Shopee mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Hasil penelitian ini didukung juga dari penelitian terdahulu oleh Muhammad Ridwan (2018), pada penelitiannya tersebut nilai signifikan $0,047$ dan nilai t hitung ($2,013$) $>$ t tabel ($1,664$), yang menunjukkan

pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.⁵⁴

Berdasarkan hasil yang telah diuraikan, bahwa Keputusan Pembelian melalui Shopee sangat berhubungan dengan Perilaku Konsumtif masyarakat Komplek Azhar Kelurahan Kenten Kecamatan Talang Kelapa.

2. Keputusan Pembelian Melalui Lazada Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian, dapat diketahui bahwa Keputusan Pembelian Melalui Lazada memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berdasarkan hasil uji t hitung $(13,211) > t \text{ tabel } (1,985)$ dan perbandingan nilai signifikan yang di dapat $0,000 < 0,005$, artinya bahwa tingkat signifikan yang lebih kecil daripada tingkat kesalahan, dengan nilai

⁵⁴ Muhammad Ridwan, “Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, (Skripsi Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara), hal. 167

koefisien regresi sebesar 0,658. Berdasarkan hal tersebut, menunjukkan bahwa H1 diterima, yang artinya Keputusan Pembelian Melalui Lazada mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Komplek Azhar.

Hasil penelitian ini juga didukung pada penelitian terdahulu oleh Zuhria Nurul 'Ainy (2020). Pada penelitiannya, nilai signifikan 0,000 dan nilai t hitung $12,094 > t$ tabel, yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif *e-commerce* dengan perilaku konsumtif.⁵⁵

Berdasarkan hasil yang telah diuraikan, bahwa Keputusan Pembelian Melalui Lazada sangat mempengaruhi Perilaku Konsumtif Masyarakat Komplek Azhar Kelurahan Kenten Kecamatan Talang Kelapa, karena Masyarakat Komplek Azhar

⁵⁵ Zuhria Nurul 'Ainy, "Pengaruh E-Commerce Terhadap perilaku Konsumtif Masyarakat di Kelurahan Karang Panjang kota Ambon", (JPEK: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 4 No. 2 Tahun 2020), Hal. 231

kecenderungan membeli lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

3. Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee dan Lazada Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji F dari variabel independen Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee dan Lazada, secara simultan memiliki hubungan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Berdasarkan hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji f hitung sebesar $2135,134 > f$ tabel $3,09$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Pada hasil penelitian ini juga diketahui nilai koefisien determinasi (R.Square) sebesar $0,978$, yang berarti $97,8\%$ keputusan pembelian melalui aplikasi shopee dan lazada mempunyai hubungan dengan perilaku konsumtif masyarakat kompleks azhar.