

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan serta jenis produk yang di beli melalui Shopee.

5.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin responden disajikan pada Tabel 5.1 berikut ini :

Tabel 5.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Laki-Laki	27	27%
2	Perempuan	73	73 %
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer yang di Olah 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas pengguna Shopee di Kelurahan Air Jamban ialah dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 73 orang atau 73%.

Banyak perempuan yang memilih berbelanja secara online karena kenyamanan dan kepercayaan menjadi salah satu faktor penting bagi perempuan dalam melakukan transaksi di e-commerce. Perempuan cenderung kembali ke e-commerce yang sama ketika merasa cocok dengan harga dan barang, sedangkan bagi pria pilihan e-commerce yang berbeda-beda tidak menjadi masalah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.1.2 Responden Berdasarkan Usia

Komposisi responden berdasarkan usia responden disajikan pada Tabel 5.2 berikut ini :

Tabel 5.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Frekuensi	Presentase (%)
1	< 17 Tahun	0	0%
2	17-25 Tahun	81	81%
3	26-35 Tahun	15	15%
4	36-44 Tahun	1	1%
5	>45 Tahun	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer yang di Olah 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang menjadi objek penelitian, responden yang memiliki usia <17 tahun tidak ada atau 0%. Responden dengan usia 17-25 tahun sebanyak 81 orang atau 81%, responden dengan usia 26-35 tahun sebanyak 15 orang atau 15%, responden dengan usia 36-44 tahun sebanyak 1 orang atau 1%, dan responden dengan usia lebih dari 45 tahun sebanyak 3 orang atau 3%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini sebagian besar berusia 17-25 tahun.

5.1.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Komposisi responden berdasarkan usia responden disajikan pada Tabel 5.3 berikut ini :

Tabel 5.3 Jumlah Responden Menurut Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	53	53%
2	Pegawai Negeri	2	2%
3	Pegawai Swasta	22	22%
4	Ibu Rumah Tangga	14	14%
5	Wiraswasta	2	2%
6	Lainnya	7	7%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer yang di Olah 2021

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang dijadikan objek dalam penelitian ini, 56 orang atau 56% bekerja sebagai Mahasiswa/pelajar, pegawai negeri sebanyak 2 orang atau 2%, pegawai swasta sebanyak 22 orang atau 22%, ibu rumah tangga sebanyak 14 orang atau 14%, wiraswasta sebanyak 2 orang atau 2%, dan pekerjaan lainnya sebanyak 7 orang atau 7%.

5.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel yang akan di uraikan adalah “ Pengaruh Gaya Berbelanja, Kepercayaan Awal, dan *E-Servicescape* terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pengguna Shopee di Kelurahan Air Jamban Kota Duri) yang terdiri dari variabel Dependen (Minat Beli) dan variabel Independen (*Shopping Lifestyle* , *Initial Trust* dan *E-Servicescape*). Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuisisioner. Maka dapat di deskripsikan satu persatu variabel penelitian sebagai berikut.

5.2.1 Analisis Deskriptif *Shopping Lifestyle* (X1)

Pada variabel *Shopping Lifestyle*, kuisisioner diwakili 4 pertanyaan yang bersifat positif. Untuk melihat jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut :

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.4

Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Shopping Lifestyle (X1)

No	Pernyataan	Jawaban					Skor
		SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1	
1.	Berbelanja di Shopee merupakan kegiatan rutin saya untuk memenuhi kebutuhan	13	16	42	18	11	100
		13%	16%	42%	18%	11%	100%
2.	Ketika berbelanja di Shopee saya merasa bisa berhubungan dengan orang lain	8	22	34	23	13	100
		8%	22%	34%	23%	13%	100%
3.	Saya merasa dengan berbelanja online di Shopee dapat menunjukkan status sosial saya	8	10	31	23	28	100
		8%	10%	31%	23%	28%	100%
4.	Saya memiliki rencana secara periodik untuk berbelanja di Shopee	13	15	37	20	15	100
		13%	15%	37%	20%	15%	100%
Jumlah		42	63	144	84	67	400
Presentase		10,5%	15,75%	36%	21%	16,75	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel 5.4 hasil rekapitulasi tanggapan responden variabel Shopping Lifestyle (X1) diatas dapat diketahui responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 42 tanggapan (10,5%), responden yang menyatakan setuju sebanyak 63 tanggapan (15,75%), responden yang menyatakan netral sebanyak 144 tanggapan (36%), responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 84 tanggapan (21%), dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 67 tanggapan (16,75%).

5.2.2 Analisis Deskriptif Initial Trust (X2)

Pada variabel Initial Trust, kuesioner diwakili oleh 6 pertanyaan yang bersifat positif. Untuk mengetahui jawaban-jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.5
Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Initial Trust (X2)

No	Pernyataan	Jawaban					Skor
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Saya yakin akan memberikan pelayanan yang baik	5	4	3	2	1	100
		30	26	38	4	2	
		5	4	3	2	1	100%
		30%	26%	38%	4%	2%	
2.	Saya merasa Shopee memiliki kompetensi untuk menyediakan barang yang berkualitas bagi pelanggan	20	41	37	1	1	100
		20	41	37	1	1	
		20	41	37	1	1	100%
		20%	41%	37%	1%	1%	
3.	Saya merasa Shopee memiliki komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya	21	34	41	3	1	100
		21	34	41	3	1	
		21	34	41	3	1	100%
		21%	34%	41%	3%	1%	
4.	Saya merasa Shopee akan memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggannya	23	42	29	6	0	100
		23	42	29	6	0	
		23	42	29	6	0	100%
		23%	42%	29%	6%	0%	
5.	Saya merasa Shopee memiliki itikad baik untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya	26	37	34	3	0	100
		26	37	34	3	0	
		26	37	34	3	0	100%
		26%	37%	34%	3%	0%	

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pernyataan	Jawaban					Skor
		SS	S	N	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
6.	Saya merasa Shopee telah diakui eksistensinya oleh pihak-pihak lain seperti supplier, distributor, jasa pengiriman, dan sebagainya	59	26	9	5	1	100
		59%	26%	9%	5%	1%	100%
Jumlah		179	206	188	22	5	600
Presentase		29,83%	34,33%	31,33%	3,67%	0,833%	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel 5.4 hasil rekapitulasi tanggapan responden variabel Initial Trust (X2) di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 179 tanggapan (29,38%), responden yang menyatakan Setuju sebanyak 206 tanggapan (34,33%), responden yang menyatakan netral sebanyak 188 tanggapan (31,33%), responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 22 tanggapan (3,67%), dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 5 tanggapan (0,833%).

5.2.3 Analisis Deskriptif E-Servicescape (X3)

Pada variabel e-servicescape, kuesioner diwakili dengan 8 pertanyaan yang bersifat positif. Untuk mengetahui jawaban-jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut :

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.6
Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel E-Servicescape (X3)

No	Pernyataan	Jawaban					Skor
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Saya merasa Shopee memiliki website yang menarik secara visual dan estetik	5	4	3	2	1	100
		54	28	14	3	1	
		54%	28%	14%	3%	1%	100%
2.	Saya merasa Shopee memiliki penampilan visual yang jelas dan mudah dipahami	53	33	9	5	0	100
		53	33	9	5	0	
		53%	33%	9%	5%	0%	100%
3.	Saya merasa Shopee memiliki kemampuan untuk merekomendasikan produk yang sesuai dengan produk yang sedang dibutuhkan	53	30	12	5	0	100
		53	30	12	5	0	
		53%	30%	12%	5%	0%	100%
4.	Saya merasa Shopee memiliki kata kunci pencarian yang baik	47	29	15	9	0	100
		47	29	15	9	0	
		47%	29%	15%	9%	0%	100%
5.	Saya merasa Shopee memiliki kemampuan dan kualitas website yang dapat dipercaya	31	41	19	8	1	100
		31	41	19	8	1	
		31%	41%	19%	8%	1%	100%
6.	Saya merasa mekanisme website Shopee tidak membuat pengunjung menjadi bingung	51	27	15	5	2	100
		51	27	15	5	2	
		51%	27%	15%	5%	2%	100%
7.	Saya merasa Shopee memiliki prosedur pembayaran yang aman dan efisien	54	25	14	7	0	100
		54	25	14	7	0	
		54%	25%	14%	7%	0%	100%
8.	Saya merasa Shopee memiliki banyak pilihan metode pembayaran seperti via transfer Bank, Shopee Pay dan model pembayaran e-payment lainnya yang mudah untuk digunakan	63	19	13	5	0	100
		63	19	13	5	0	
		63%	19%	13%	5%	0%	100%
Jumlah		406	232	111	47	4	800
Presentase		50,75%	29%	13,88%	5,88%	0,5%	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel 5.6 hasil rekapitulasi tanggapan responden variabel *E-Servicescape (X3)* diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan

sangat setuju sebanyak 406 tanggapan (50,75%), responden yang menyatakan setuju sebanyak 232 tanggapan (29%), responden yang menyatakan netral sebanyak 111 tanggapan (13,88%), responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 47 tanggapan (5,88%), dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 4 tanggapan (0,5%).

5.2.4 Analisis Deskriptif Minat Beli (Y)

Pada variabel Minat Beli, kuesioner diwakili dengan 6 pertanyaan yang bersifat positif. Untuk mengetahui jawaban-jawaban responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.7
Rekapitulasi Tanggapan Responden Minat Beli (Y)

No	Pernyataan	Jawaban					Skor
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Saya merasa Shopee lebih menarik perhatian saya dari pada e-commerce lainnya	5	4	3	2	1	100
		51%	25%	17%	7%	0%	
2.	Saya tertarik untuk mencari informasi lebih tentang suatu produk di Shopee dari pada e-commerce lainnya	34	35	24	6	1	100
		34%	35%	24%	6%	1%	
3.	Saya memiliki minat untuk melakukan pembelian di Shopee	32	48	13	6	1	100
		32%	48%	13%	6%	1%	
4.	Saya memiliki minat untuk merekomendasikan Shopee kepada orang lain	36	26	25	11	2	100
		36%	26%	25%	11%	2%	

No	Pernyataan	Jawaban					Skor
		SS	S	N	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
5.	Saya memiliki minat untuk berkunjung kembali untuk melakukan pembelian dimasa yang akan datang di Shopee	35	37	21	7	0	100
		35%	37%	21%	7%	0%	100%
6.	Saya tertarik untuk berbelanja di Shopee karena mendapat informasi dari orang lain	27	16	33	13	11	100
		27%	16%	33%	13%	11%	100%
Jumlah		215	187	133	50	15	600
Presentase		35,83%	31,17%	22,17	8,33%	2,5%	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel 5.6 hasil rekapitulasi tanggapan responden variabel Minat beli (Y) diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 215 tanggapan (35,83%), responden yang menyatakan setuju sebanyak 187 tanggapan (31,17%), responden yang menyatakan netral sebanyak 133 tanggapan (22,17%), responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 50 tanggapan (8,33 %), dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 15 tanggapan (2,5%).

5.3 Uji Kualitas Instrumen Penelitian

5.3.1 Uji Validitas

Validitas suatu instrumen akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang akan digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Suatu item dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. *Shopping Lifestyle (X1)*

Tabel berikut adalah hasil uji validitas item pertanyaan variabel *Shopping Lifestyle* berdasarkan kuesioner yang di sebarakan.

Tabel 5.8
Uji Validitas *Shopping Lifestyle (X1)*

No	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r-tabel	Keterangan
1	Berbelanja di Shopee merupakan kegiatan rutin saya untuk memenuhi kebutuhan	0,733	0,197	Valid
2	Ketika berbelanja di Shopee saya merasa bisa berhubungan dengan orang lain	0,717	0,197	Valid
3	Saya merasa dengan berbelanja online di Shopee dapat menunjukkan status sosial saya	0,813	0,197	Valid
4	Saya memiliki rencana secara periodik untuk berbelanja di Shopee	0,871	0,197	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan tabel 5.8 diatas dapat dilihat bahwa empat pertanyaan kuesioner untuk indikator *Shopping Lifestyle (X1)* yang diuji validitasnya, semua item dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,197. Berkaitan dengan teori *Shopping Lifestyle*, dapat ditarik kesimpulan bahwa empat item pertanyaan valid karena memenuhi uji validitas.

b. *Initial Trust (X2)*

Tabel berikut adalah hasil uji validitas item pernyataan variabel *Initial Trust* berdasarkan kuesioner yang disebarakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.9
Uji Validitas *Initial Trust* (X2)

No	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r-tabel	Keterangan
1	Saya yakin Shopee akan memberikan pelayanan yang baik	0,747	0,197	Valid
2	Saya merasa Shopee memiliki kompetensi untuk menyediakan barang yang berkualitas bagi pelanggan	0,833	0,197	Valid
3	Saya merasa Shopee memiliki komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya	0,839	0,197	Valid
4	Saya merasa Shopee akan memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggannya	0,770	0,197	Valid
5	Saya merasa Shopee memiliki itikad baik untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya	0,831	0,197	Valid
6	Saya merasa Shopee telah diakui eksistensinya oleh pihak-pihak lain seperti seperti supplier, distributor, jasa pengiriman, dan sebagainya	0,615	0,197	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan tabel 5.9 dapat dilihat bahwa enam pertanyaan kuesioner untuk indikator variabel *Initial Trust* (X2) yang di uji validitasnya, semua item pertanyaan dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,197. Berkaitan dengan teori kepercayaan awal, dapat ditarik kesimpulan bahwa enam item pertanyaan valid karena memenuhi uji validitas.

c. *E-Servicescape* (X3)

Tabel berikut adalah hasil uji validitas item pernyataan variabel Kepercayaan Awal berdasarkan kuesioner yang disebarkan.

Tabel 5.10
Uji Validitas *E-Servicescape* (X3)

No	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r-tabel	Keterangan
1	Saya merasa Shopee memiliki website yang menarik secara visual dan estetik	0,714	0,197	Valid
2	Saya merasa Shopee memiliki penampilan visual yang jelas dan mudah dipahami	0,786	0,197	Valid
3	Saya merasa Shopee memiliki kemampuan untuk merekomendasikan produk yang sesuai dengan produk yang sedang dibutuhkan	0,861	0,197	Valid
4	Saya merasa Shopee memiliki kata kunci pencarian yang baik	0,812	0,197	Valid
5	Saya merasa Shopee memiliki kemampuan dan kualitas website yang dapat dipercaya	0,790	0,197	Valid
6	Saya merasa mekanisme website Shopee tidak membuat pengunjung menjadi bingung	0,818	0,197	Valid
7	Saya merasa Shopee memiliki prosedur pembayaran yang aman dan efisien	0,904	0,197	Valid
8	Saya merasa Shopee memiliki banyak pilihan metode pembayaran seperti via transfer Bank, Shopee Pay dan model pembayaran e-payment lainnya yang mudah untuk digunakan	0,871	0,197	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan tabel 5.10 dapat dilihat bahwa delapan pertanyaan kuesioner untuk indikator variabel *E-Servicescape* (X3) yang di uji validitasnya, semua item pertanyaan kuesioner dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,197. Berkaitan dengan teori gaya berbelanja, dapat ditarik kesimpulan bahwa delapan item pertanyaan valid karena memenuhi uji validitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Minat Beli (Y)

Tabel berikut adalah hasil uji validitas item pernyataan variabel Kepercayaan Awal berdasarkan kuesioner yang disebarakan.

Tabel 5.11
Uji Validitas Minat Beli (Y)

No	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r-tabel	Keterangan
1	Saya merasa Shopee lebih menarik perhatian saya dari pada e-commerce lainnya	0,702	0,197	Valid
2	Saya tertarik untuk mencari informasi lebih tentang suatu produk di Shopee dari pada e-commerce lainnya	0,777	0,197	Valid
3	Saya memiliki minat untuk melakukan pembelian di Shopee	0,817	0,197	Valid
4	Saya memiliki minat untuk merekomendasikan Shopee kepada orang lain	0,837	0,197	Valid
5	Saya memiliki minat untuk berkunjung kembali untuk melakukan pembelian dimasa yang akan datang di Shopee	0,876	0,197	Valid
6	Saya tertarik untuk berbelanja di Shopee karena mendapat informasi dari orang lain	0,628	0,197	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan tabel 5.11 dapat dilihat bahwa enam pertanyaan kuesioner untuk indikator variabel minat beli (Y) yang di uji validitasnya, semua item pertanyaan dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,197. Berkaitan dengan teori gaya berbelanja, dapat ditarik kesimpulan bahwa enam item pertanyaan valid karena memenuhi uji validitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.3.2 Uji Reliabilitas

Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila dilakukan pengukuran berulang-ulang terhadap kelompok atau subjek yang sama diperoleh hasil yang konsisten atau relatif sama, selama aspek dalam diri kelompok atau subjek yang diukur belum berubah. Untuk mencapai hal tersebut dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode cronbach's alpha dengan nilai diatas 0,60. Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini :

Tabel 5.12
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Tanda	Nilai	Keterangan
<i>Shopping Lifestyle (X₁)</i>	0,792	>	0,60	Reliabel
<i>Initial Trust (X₂)</i>	0,861	>	0,60	Sangat Reliabel
<i>E-Servicescape(X₃)</i>	0,930	>	0,60	Sangat Reliabel
Minat Beli (Y)	0,852	>	0,60	Sangat Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan tabel 5.12 diatas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel *Shopping Lifestyle* berbelanja sebesar 0,792, *Initial Trust* sebesar 0,861, *E-Servicescape* sebesar 0,930 dan Minat Beli sebesar 0,852 yang berarti nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yang menandakan bahwa masing-masing variabel reliabel dan layak untuk diuji.

5.4 Uji Asumsi Klasik

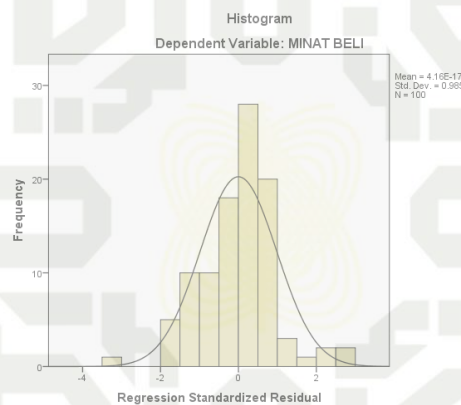
Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari suatu model regresi. Sebelum melakukan analisis regresi dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis grafik. Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika data tersebut berbentuk sebuah lonceng dengan kedua sisinya yang tidak terhingga atau data menyebar disepanjang garis diagonal (Suliyanto, 2011:69)

Gambar 5.1
Uji Normalitas Histogram



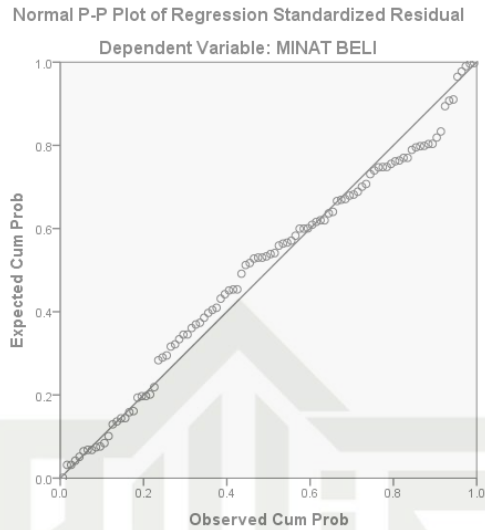
Sumber : Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan gambar 5.1 diatas terlihat distribusi data yang membentuk lonceng dengan kedua sisi yang tidak terhingga, berdasarkan uji normalitas variabel *Shopping Lifestyle* (X1), *Initial Trust* (X2), *E-Servicescape* (X3) dan Minat Beli (Y) memiliki distribusi data yang normal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 5. 2
Uji Normalitas Garis Plot



Sumber : Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik normal probability plot (Ghozali, 2016) menyatakan jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi syarat normalitas. Maka dapat disimpulkan distribusi data dalam penelitian ini normal. Karena data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut.

5.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan memiliki hubungan satu sama lainnya atau tidak antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas perlu dilakukan karena jumlah variabel independen dalam penelitian ini berjumlah lebih dari satu. Mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF lebih besar dari 10 dan nilai tolerance kurang dari 0,1 maka terjadi

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

multikolinieritas. Sebaliknya, jika VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 5.13
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.612	2.258		.714	.477		
<i>Shopping Lifestyle</i>	.239	.095	.189	2.523	.013	.932	1.073
<i>Initial Trust</i>	.346	.115	.300	3.022	.003	.529	1.891
<i>E-Servicescape</i>	.324	.075	.419	4.325	.000	.555	1.801

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan hasil output tabel 5.13 menunjukkan bahwa seluruh nilai tolerance dari variabel *Shopping Lifestyle*, *Initial Trust*, dan *E-Servicescape* lebih dari 0,1 dan nilai VIF dari ketiga variabel tersebut kecil dari 10, sehingga berdasarkan nilai di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas serta model regresi dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk persamaan regresi.

5.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika variance dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model

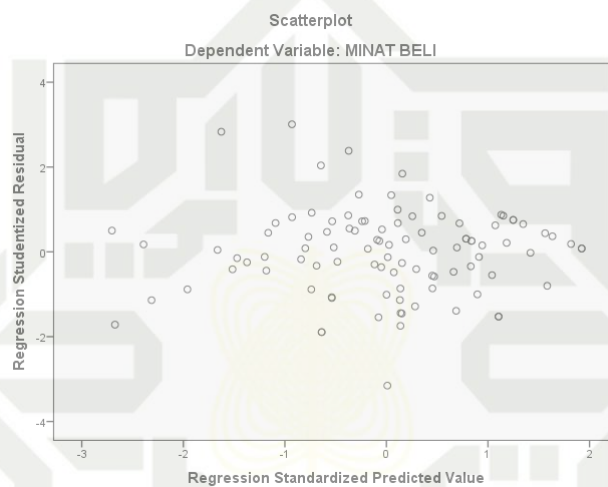
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- (1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola;
- (2) titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0;
- (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

Gambar 5.3
Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan gambar 5.2 diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik tersebut tidak membentuk pola tertentu serta menyebal diatas dan dibawah atau disekitar angka nol (0), titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

5.5 Analisis Data Penelitian

5.5.1 Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan, diketahui bahwa model regresi dalam penelitian ini layak untuk digunakan karena telah terbebas dari masalah normalitas data, tidak terjadi heterokedastisitas dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

multikolinieritas. Uji ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen dimana dalam penelitian ini *Shopping Lifestyle* (X1) *Initial Trust* (X2) dan *E-Servicescape* (X3) terhadap variabel dependen Minat Beli (Y). Hasil uji analisis regresi linear berganda pada penelitian ini:

Tabel 5.14
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.612	2.258		.714	.477
<i>Shopping Lifestyle</i>	.239	.095	.189	2.523	.013
<i>Initial Trust</i>	.346	.115	.300	3.022	.003
<i>E-Servicescape</i>	.324	.075	.419	4.325	.000

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan hasil penelitian, persamaan dalam analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b1.x1 + b2.x2 + b3.x3 + e$$

$$Y = 1,612 + 0,239x1 + 0,346x2 + 0,324x3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 1,612. Artinya apabila *Shopping Lifestyle*, *Initial Trust* dan *E-servicescape* di asumsikan bernilai nol (0), maka Minat Beli konsumen Shopee dikelurahan Air Jamban sebesar 1,612.
2. Nilai koefisien regresi *Shopping Lifestyle* (X1) sebesar 0,239 menyatakan bahwa jika *Shopping Lifestyle* mengalami peningkatan 1 satuan, maka Minat Beli mengalami peningkatan sebesar 0,239.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Nilai koefisien regresi *Initial Trust* (X2) sebesar 0,346 menyatakan bahwa jika *Initial Trust* mengalami peningkatan 1 satuan, maka Minat Beli mengalami peningkatan sebesar 0,346.
4. Nilai koefisien variabel *E-Servicescape* sebesar 0,324 menyatakan bahwa jika *E-Servicescape* mengalami peningkatan 1 satuan, maka Minat Beli mengalami peningkatan sebesar 0,324.

5.5.2 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t yang didapat dari perhitungan dengan nilai t yang ada pada tabel t dengan tingkat kesalahan (α) sebesar 5%. Rumus pengambilan t tabel dengan nilai signifikansi sebesar 5% adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 T \text{ tabel} &= n - k ; \alpha/2 & \text{Keterangan: } n &: \text{Jumlah sampel} \\
 &= 100-3 ; 0,05/2 & k &: \text{Jumlah Variabel bebas} \\
 &= 96 ; 0,025 \\
 &= 1,985
 \end{aligned}$$

Dengan kriteria pengambilan keputusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ Sig $< \alpha$ maka : H0 ditolak, Ha diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial antara variabel *Shopping Lifestyle* (X1), *Initial Trust* (X2) Dan *E-Servicescape* (X3) terhadap Minat Beli (Y) konsumen Shopee di Kelurahan Air Jamban.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ Sig $> \alpha$ maka : H0 diterima, Ha di tolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel *Shopping Lifestyle* (X1),

Initial Trust (X2) Dan *E-Servicescape* (X3) terhadap Minat Beli (Y) konsumen Shopee di Kelurahan Air Jamban.

Tabel 5.15
Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.612	2.258		.714	.477
<i>Shopping Lifestyle</i>	.239	.095	.189	2.523	.000
<i>Initial Trust</i>	.346	.115	.300	3.022	.003
<i>E-Servicescape</i>	.324	.075	.419	4.325	.000

Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui sebagai berikut :

1. *Shopping Lifestyle* (X1). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dimana nilai t_{hitung} (2,523) > t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,000 berada dibawah 0,05. Maka H_0 ditolak, H_a diterima, menjelaskan *Shopping Lifestyle* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli (Y) konsumen Shopee di Kelurahan Air Jamban.
2. *Initial Trust* (X2). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dimana nilai t_{hitung} (3,022) > t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,003 berada dibawah 0,05. Maka H_0 ditolak, H_a diterima, menjelaskan *Initial Trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli (Y) konsumen Shopee di Kelurahan Air Jamban.
3. *E-servicescape* (X3). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dimana nilai t_{hitung} (4,325) > t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikan yang dihasilkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.

sebesar 0,000 berada dibawah 0,05. Maka H_0 ditolak, H_a diterima, menjelaskan *E-Servicescape* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli (Y) konsumen Shopee di Kelurahan Air Jamban.

5.5.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel *Shopping Lifestyle* (X1), *Initial Trust* (X2) dan *E-Servicescape* (X3) terhadap Minat Beli (Y) pelanggan Shopee di Kelurahan Air Jamban. Menentukan F table dan F hitung dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikannya sebesar 5% ($\alpha=0,05$) dengan kriteria sebagai berikut:

1) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ Sig $< \alpha$ maka : H_0 ditolak, H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan antara variabel *Shopping Lifestyle* (X1), *Initial Trust* (X2) Dan *E-Servicescape* (X3) terhadap Minat Beli (Y) konsumen Shopee di Kelurahan Air Jamban.

2) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ Sig $> \alpha$ maka : H_0 diterima, H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel *Shopping Lifestyle* (X1), *Initial Trust* (X2) Dan *E-Servicescape* (X3) terhadap Minat Beli (Y) konsumen Shopee di Kelurahan Air Jamban.

Berdasarkan uji regresi yang dilakukan, diperoleh nilai f tabel sebagai berikut :

$$F_{tabel} = n - k - 1 ; k$$

$$= 100 - 3 - 1 ; 3$$

$$= 96 ; 3$$

$$= 2,70$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

k : jumlah variabel bebas

1 : konstan

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.16
Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1088.593	3	362.864	31.879	.000 ^b
Residual	1092.717	96	11.382		
Total	2181.310	99			

a. Dependent Variable: MINAT BELI

b. Predictors: (Constant), E-SERVICESCPE, SHOPPING LIFESTYLE, INITIAL TRUST

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari tabel 5.16 diatas diketahui nilai F hitung sebesar 31,879 dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian diketahui Fhitung (31,879) > Ftabel (3,09) Sig. (0,000) < 0,05 artinya secara simultan *Shopping Lifestyle* (X1), *Initial Trust* (X2) Dan *E-Servicescape* (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli (Y) konsumen Shopee di Kelurahan Air Jamban.

5.5.4 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel independen (*Shopping Lifestyle, Initial Trust, E-Servicescape*) terhadap variabel dependennya (Minat Beli). Semakin tinggi koefisien determinasi, maka semakin tinggi kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependennya. Dapat dilihat pada tabel 5.17 dibawah ini :

Tabel 5.17
Koefisien Determinansi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.706 ^a	.499	.483	3.37379

a. Predictors: (Constant), E-SERVICESCPE,SHOPPING LIFESTYLE, INITIAL TRUST

c. Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari tabel 5.17 di atas dapat diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,499 menjelaskan bahwa *Shopping Lifestyle* (X1), *Initial Trust* (X2) Dan *E-Servicescape* (X3) dapat mempengaruhi Minat Beli konsumen Shopee di Kelurahan Air Jamban dengan presentase sebesar 49,9% sementara 50,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini.

5.6 Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh *Shopping Lifestyle* terhadap minat beli konsumen Shopee di Kelurahan Air Jamban

Shopping Lifestyle mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang tentang bagaimana cara menghabiskan waktu dan uang. Dalam arti ekonomi, *shopping lifestyle* menunjukkan cara yang dipilih oleh seseorang untuk mengalokasikan pendapatan, baik dari segi alokasi dana untuk berbagai produk dan layanan, serta alternatif-alternatif tertentu dalam pembedaan kategori serupa.

Konsumen yang berbelanja secara online biasanya selalu memikirkan apa yang akan dipikirkan oleh orang lain, seperti merek yang bagus, harga yang tinggi dan kualitas yang menjanjikan karena semakin bagus suatu merek, semakin tinggi suatu harga produk, maka kualitas yang ada pada produk akan mempengaruhi opini masyarakat terhadap individu tersebut. Semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi juga minat beli yang ada pada diri konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Shopping Lifestyle* memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen Shopee dengan nilai t_{hitung} (2,523) > t_{tabel} (1,985) dengan nilai signifikan (0,000) masih berada dibawah 0,05.

Hal ini menunjukkan bahwa *Shopping Lifestyle* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen shopee di kelurahan air jamban. Hal ini berarti gaya berbelanja secara online dapat meningkatkan minat beli konsumen shopee di kelurahan air jamban.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Valerie Gabriella Sitepu (2019) dengan judul penelitian “Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan Status Consumption Terhadap Minat Beli Iphone (Studi Pada Mahasiswa/I di Universitas Sumatera”. Dari hasil penelitiannya, diperoleh bahwa Gaya Berbelanja berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli konsumen dengan nilai t_{hitung} sebesar $3,108 > t_{tabel} 1,660$ dengan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Shopping Lifestyle* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen.

2. Pengaruh *Initial Trust* terhadap Minat Beli konsumen Shopee di Kelurahan Air Jamban

Kepercayaan Awal (*Initial trust*) merupakan tahap awal dari sebuah proses kepercayaan seseorang. Kepercayaan Awal (*Initial trust*) yaitu sebuah peristiwa pembangunan rasa yakin yang berada diawal interaksi seorang konsumen dengan sebuah produk, dimana konsumen dapat memilih untuk menerima atau tidak risiko yang dibawa oleh produk tersebut (Maharani & Indriani, 2017)(Chen & Barnes, 2007).

Tanpa adanya kepercayaan, mustahil terjadi transaksi jual beli melalui internet. Hal tersebut dikarenakan pada belanja online konsumen tidak mempunyai atribut nyata seperti lokasi fisik toko serta kemampuan menyentuh

dan memeriksa barang yang akan dibeli. Sehingga sebelum melakukan pembelian, konsumen harus mempunyai kepercayaan pada website sebagai wakil perusahaan dalam rangka menawarkan produknya. Evaluasi konsumen pada suatu toko online menghasilkan tingkat kepercayaan yang mampu mempengaruhi sikap seseorang untuk melakukan transaksi pembelian. Dengan kata lain, semakin tinggi Kepercayaan Awal (*Initial trust*), maka semakin tinggi pula minat seseorang dalam melakukan pembelian online.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Initial trust* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} (3,022) > t_{tabel} (1,985)$ dengan nilai signifikan yang dihasilkan (0,000) yang masih berada dibawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Initial trust* secara parsial menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen shopee di kelurahan air jamban. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna dalam berbelanja secara online dapat meningkatkan minat beli konsumen shopee di kelurahan air jamban. Karena ketika *Initial trust* sudah terbentuk, hal tersebut akan memunculkan niat seseorang untuk melakukan pembelian pada suatu situs web tertentu.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati, D., & Saifudin, S. (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Millennial Di Jawa Tengah”. Berdasarkan hasil penelitiannya, diperoleh bahwa kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap minat beli dengan nilai t_{hitung} sebesar $5,154 > t_{tabel} 1,970$ dengan nilai signifikan sebesar

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Initial trust* secara signifikan terhadap minat beli konsumen.

3. Pengaruh *E-Servicescape* terhadap Minat Beli Konsumen Shopee di Kelurahan Air Jamban

Dalam konteks lingkungan online, *E-Servicescape* merupakan atmosfer lingkungan dalam ruang virtual online yang dirasakan oleh pengunjung website pada saat menjelajahi atau menerima layanan perusahaan melalui website. Atmosfer suatu website harus fungsional dan menarik secara estetika. Pengaturan *E-Servicescape* harus dirancang sedemikian rupa sehingga mekanisme bergerak melalui berbagai halaman (website) nya tidak akan menyebabkan pengunjung menjadi bingung (Fisk, Grove and John, 2014:75). Semakin mudah pengguna dalam menggunakan website maka akan memberikan kesan positif bagi pengunjung website pada saat menjelajahi website.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Servicescape* memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen dengan nilai $t_{hitung} (4,325) > t_{tabel} (1,985)$ dengan nilai signifikan yang dihasilkan (0,000) yang masih berada dibawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *E-Servicescape* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen shopee di kelurahan air jamban. Hal ini berarti semakin nyaman atmosfer lingkungan dalam ruang virtual online yang dirasakan oleh pengunjung situs pada saat menjelajahi atau menerima layanan perusahaan melalui website maka akan meningkatkan minat beli konsumen di kelurahan air jamban.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anna Ligiana dengan judul penelitian “Pengaruh E-Servicescape Terhadap Kepercayaan dan Niat Pembeli Studi pada Pelanggan pada Zalora Co.Id di Yogyakarta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel Daya tarik estetika, Tata letak fungsi, Keamanan financial terhadap kepercayaan kepada website Zalora.co.id. Dan terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel kepercayaan terhadap Niat pembelian konsumen Zalora.co.id.

4. Pengaruh *Shopping Lifestyle*, *Initial Trust* dan *E-Servicescape* terhadap Minat Beli Konsumen Shopee di Kelurahan Air Jamban

Konsumen yang berbelanja biasanya selalu memikirkan apa yang akan dipikirkan oleh orang lain, seperti merek yang bagus, harga yang tinggi dan kualitas yang menjanjikan karena semakin bagus suatu merek, semakin tinggi suatu harga produk, maka kualitas yang ada pada produk akan mempengaruhi opini masyarakat terhadap individu tersebut. Semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi juga minat beli yang ada pada diri konsumen.

Tanpa adanya kepercayaan, mustahil terjadi transaksi jual beli melalui internet. Hal tersebut dikarenakan pada belanja online konsumen tidak mempunyai atribut nyata seperti lokasi fisik toko serta kemampuan menyentuh dan memeriksa barang yang akan dibeli. Sehingga sebelum melakukan pembelian, konsumen harus mempunyai kepercayaan pada website sebagai wakil perusahaan dalam rangka menawarkan produknya. Semakin mudah pengguna dalam menggunakan website maka akan memberikan kesan positif bagi pengunjung website pada saat menjelajahi website.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *shopping lifestyle*, *initial trust* dan *E-Servicescape* memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen Shopee di Kelurahan Air Jamban berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Berdasarkan teori, minat beli merupakan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk yang berhubungan dengan sikap ketertarikan konsumen terhadap suatu produk, kemudian memiliki keinginan untuk memperoleh produk tersebut dan akhirnya muncul rasa keyakinan atas produk untuk dibeli. Hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh nilai Fhitung sebesar 31,879, lebih besar dari $F_{tabel} 2,70$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Shopping Lifestyle (X1)*, *Initial Trust (X2)* Dan *E-Servicescape (X3)* berpengaruh positif terhadap Minat Beli. Taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu variabel bebas (*Shopping Lifestyle (X1)*, *Initial Trust (X2)* Dan *E-Servicescape (X3)*) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikatnya (Minat Beli (Y)). Uji analisis regresi linear berganda terlihat bahwa variabel *Initial Trust* merupakan variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap Minat Beli dibandingkan dengan *shopping Lifestyle* dan *e-servicescape* yaitu sebesar 0,346, dimana ini memiliki arti bahwa jika *Initial Trust* ditingkatkan satu satuan maka minat beli akan meningkat sebesar 0,346. Dalam hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa jika terjadi perubahan pada variabel independen yaitu *Shopping Lifestyle*, *Initial Trust* dan *e-servicescape* maka akan terjadi perubahan pada minat beli. Hal ini ditunjukkan dengan hasil

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

analisis R square sebesar 0,499 yang berarti variabel *Shopping Lifestyle* (X1), *Initial Trust* (X2) Dan *E-Servicescape* (X3) secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 49,9% terhadap minat beli. Sedangkan sisanya sebesar 50,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.