

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambraran Umum Penelitian

1. Gambaran Umum Instagram

Instagram merupakan sebuah media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video. Instagram menawarkan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya, mulai dari mengambil dan mengedit foto, mengambil video, melakukan siaran langsung dan lain sebagainya.

Instagram sendiri lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbn, Inc. yang berdiri pada 06 Oktober 2010. Pendiri dari perusahaan ini adalah Kevin Systrom dan Mike Krieger, kemudian pada tanggal 09 April 2012 Facebook mengambil alih Instagram dan hingga sekarang ini Instagram masih dibawah naungan Facebook.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, bahwa Instagram memberikan berbagai fitur mulai dari mengunggah foto, video dan melakukan siaran langsung. Bagi sebagian pengguna fitur ini dimanfaatkan untuk menjalankan bisnis mereka, ada yang membuat akun khusus untuk penjualan produk, atau secara gampangnya membuat toko online di Instagram, ada juga yang mengincar orang-orang dengan follower tinggi untuk mempromosikan produk mereka. Untuk sekarang ini Instagram menyediakan akun bisnis, sehingga sangat membantu

mereka yang ingin menjalankan usahanya melalui media sosial yang satu ini.

Berdasarkan data yang dirilis dari *Napoleon Cat*, jumlah pengguna Instagram pada periode Januari 2020 hingga Mei 2020 mencapai 69,2 juta, dengan jumlah pengguna sebesar ini tentu saja memberikan peluang pada sebagian orang untuk memasarkan produk yang mereka jual, selain itu dengan adanya akun bisnis juga dapat melancarkan keperluan mereka untuk berbisnis melalui platform yang satu ini.

2. Gambaran Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung. Manajemen Bisnis Syariah merupakan salah satu jurusan di IAIN Tulungagung yang mempunyai visi misi seperti dibawah:

Visi:

Menjadi pusat pengembangan keilmuan dan SDM manajemen syariah yang unggul, berdaya saing tinggi dan berjaminan mutu sesuai prinsip-prinsip syariah dan standar internasional.

Misi:

- a. Menyelenggarakan pendidikan tinggi jenjang strata satu (s1) bidang Manajemen Bisnis Syariah

- b. Mengembangkan tradisi keilmuan dan intelektual keberlanjutan di bidang manajemen syariah
- c. Membangun jaringan produktif secara internal dan eksternal kelembagaan/institusi bisnis syariah
- d. Membangun sinergitas positif antara akademisi dan praktisi Manajemen Bisnis Syariah di Indonesia.

Adapun jumlah mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung pada tahun ajaran 2020/2021 sejumlah 1145 orang, dari jumlah tersebut minimal pengambilan sampel sebesar 92 orang, hal ini didasarkan pada perhitungan menggunakan rumus *Slovin*.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Data penelitian didapatkan setelah melalui proses penyebaran kuisisioner pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung, penyebaran kuisisioner dilakukan secara online melalui Google Form dari tanggal 4-11 Juni 2021. Berdasarkan kuisisioner yang disebar didapatkan responden sejumlah 101 orang, kuisisioner yang diisi secara lengkap sejumlah 98 sementara itu 3 lainnya tidak lengkap, jadi data yang dapat diolah adalah 98.

Tabel 4.1
Distribusi Kuisisioner Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis
Syariah IAIN Tulungagung

Keterangan	Jumlah Kuisisioner
Kuisisioner yang didapat	101
Kuisisioner yang diisi lengkap	98
Kuisisioner yang tidak lengkap	3
Kuisisioner yang dapat diolah	98

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung Angkatan 2020/2021 yang notabnya berasal dari berbagai golongan, oleh karena itu diperlukan informasi tambahan berupa karakteristik demografi dari responden. Karakteristik demografi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendapatan perbulan, frekuensi pembelian, dan jenis barang yang dibeli.

a. Jenis Kelamin

Pengelompokan jenis kelamin responden dijelaskan pada tabel dibawah:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Prosentase	Jumlah
Laki-laki	26,5%	26
Perempuan	73,5%	72
Total	100%	98

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa jumlah responden perempuan lebih mendominasi dibandingkan dengan responden laki-laki, persentase responden perempuan sejumlah 73,5 persen dengan total 72 orang sementara itu untuk responden laki laki sebesar 26,5% atau sejumlah 26 orang.

b. Usia

Kemudian karakteristik responden berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia	Prosentase	Jumlah
17-20 tahun	9,5%	9
20-25 tahun	90,5%	89
Lebih dari 25 tahun	0%	0
Total	100%	98

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden terbanyak adalah usia 20-25 tahun, prosentasi untuk usia ini sebesar 90,5% dengan total responden sejumlah 89, kemudian untuk responden dengan usia 17-20 tahun sejumlah 9,5 persen dengan total 9 orang, sementara itu responden dengan usia lebih dari 25 tahun sebesar 0%.

c. Pendapatan Perbulan

Penggolongan karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Prosentase	Jumlah
Kurang dari 1 juta	78,6%	77
1 sampai 3 juta	7,1%	7
Lebih dari 3 juta	14,3%	14
Total	100%	98

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel diatas diketahui jumlah responden dengan penghasilan kurang dari 1 juta sebesar 78,6% dengan total responden sebanyak 77, kemudian responden dengan pendapatan 1 sampai 3 juta sebesar 7,1% dengan total 7 orang, dan responden dengan pendapatan lebih dari 3 juta sebesar 14,3% dengan total 14 orang.

d. Frekuensi Pembelian

Pengelompokan karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian dapat ditinjau pada tabel dibawah:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian	Prosentase	Jumlah
Kurang dari 2 kali	50	49
2-5 kali	31	30
Lebih dari 5 kali	19	19
Total	100%	98

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa, jumlah responden yang melakukan pembelian kurang dari 2 kali

sejumlah 50% dengan total responden sebesar 49 orang, kemudian responden yang melakukan pembelian sebanyak 2-5 kali sebesar 31 % dengan total 30 orang, kemudian responden yang melakukan pembelian lebih dari 5 kali sebesar 19% atau sebanyak 19 orang.

e. Jenis Barang yang dibeli

Pengelompokan berdasarkan jenis barang yang dibeli dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Barang yang dibeli

Jenis Barang	Prosentase	Jumlah
Fashion	66,7%	65
Elektronik	0%	0
Lain-lain	33,3%	33
Total	100%	98

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Darti tabel diatas diketahui bahwa mayoritas responden melakukan pembelian pada produk fashion, dengan prosentase sebesar 66,7% atau 65 orang, kemudian sebanyak 33% melakukan pembelian produk jenis lain dengan total responden sebesar 33 orang, sementara itu pembelian untuk jenis barang elektronik sebesar 0%.

C. Analisis Data

1. Uji Coba Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan metode Pearson, yang mana apabila nilai r -hitung $>$ r -tabel maka sebuah pertanyaan dianggap valid, sebaliknya apabila r -hitung $<$ r -tabel maka pertanyaan dianggap tidak valid.

Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan sampel sebanyak 34 yang dipilih secara random, kemudian dari 34 orang tersebut diperoleh r tabel sebesar 0,436.

Dari uji validitas yang sudah dilakukan diperoleh hasil seperti dibawah:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Harga

No. Pertanyaan	r -hitung	r -tabel	Kesimpulan
1	0,657	0,436	Valid
2	0,805	0,436	Valid
3	0,655	0,436	Valid
4	0,681	0,436	Valid
5	0,642	0,436	Valid
6	0,668	0,436	Valid

Sumber: Data diolah IBM SPSS Statistics 22.0, 2021

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Testimoni

No. Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
7	0,641	0,436	Valid
8	0,830	0,436	Valid
9	0,569	0,436	Valid
10	0,814	0,436	Valid
11	0,705	0,436	Valid
12	0,862	0,436	Valid

Sumber: Data diolah IBM SPSS Statistics 22.0, 2021

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Metode Pembayaran COD

No. Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
13	0,885	0,436	Valid
14	0,932	0,436	Valid
15	0,921	0,436	Valid
16	0,867	0,436	Valid
17	0,824	0,436	Valid
18	0,798	0,436	Valid

Sumber: Data diolah IBM SPSS Statistics 22.0, 2021

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

No. Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
19	0,627	0,436	Valid
20	0,676	0,436	Valid
21	0,769	0,436	Valid
22	0,724	0,436	Valid
23	0,802	0,436	Valid
24	0,653	0,436	Valid

Sumber: Data diolah IBM SPSS Statistics 22.0, 2021

Dari data diatas terlihat bahwa seluruh pertanyaan mempunyai nilai r-hitung yang lebih besar dari r-tabel, maka dari itu dapat disimpulkan jika seluruh pertanyaan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada dasarnya digunakan untuk mengetahui konsistensi sebuah angket yang digunakan oleh peneliti, atau bisa dikatakan uji reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukuran di dalam mengukur gejala yang sama.

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan pada uji reliabilitas ini adalah dengan membandingkan nilai Cronbach's Alpha yang didapat dengan 0,6 apabila nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,6 maka kuisisioner dinyatakan reliabel, sebaliknya apabila nilai Cronbach's Alpha $<$ 0,6 maka kuisisioner dianggap tidak valid.

Tabel 4.11
Perbandingan Nilai Cronbach's Alpha dan r-tabel pada Variabel Harga

Variabel	Nilai	Kesimpulan
X1 (Harga)	0,767	Reliabel
X2 (Testimoni)	0,824	Reliabel
X3 (Pembayaran COD)	0,937	Reliabel
Y (Keputusan Pembelian)	0,8	Reliabel

Sumber: Data diolah IBM SPSS Statistics 22.0, 2021

Dari data diatas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha diatas 0,6, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua kuisioner reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas disini digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Pada dasarnya regresi yang baik seharusnya memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal normal. Penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, sebuah data dianggap berdistribusi normal apabila output yang dihasilkan lebih dari 0,05 begitu juga sebaliknya, sebuah data dianggap tidak normal apabila output yang dihasilkan kurang dari 0,05. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas Metode *Kolmogorov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.23423859
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.060
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: Data diolah IBM SPSS Statistics 22.0, 2021

Berdasarkan data diatas dapat diketahui nilai dari *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.2 lebih besar dari nilai α (0,05), maka kesimpulan yang dapat diambil adalah residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah dari model regresi ditemukan korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang bagus seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen.

Pada uji multikolinieritas ini dasar pengambilan keputusan adalah dengan melihat nilai VIF dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1 maka dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil dari uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.957	1.918		1.542	.126		
	Harga (X1)	.199	.089	.188	2.246	.027	.697	1.435
	Testimoni (X2)	.323	.076	.354	4.231	.000	.700	1.428
	Pembayaran COD (X3)	.356	.055	.463	6.465	.000	.956	1.046

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data diolah IBM SPSS Statistics 22.0, 2021

Nilai *tolerance* dari variabel Harga (X1) sebesar 0,697 sementara itu nilai dari VIF sebesar 1,435. Melalui perbandingan nilai *tolerance* sebesar $0,697 > 0,10$ dan nilai $1,435 \text{ VIF} < 10$, maka dapat dinyatakan tidak ditemukan gejala multikolinieritas.

Nilai *tolerance* dari variabel Testimoni (X2) sebesar 0,7 sementara itu nilai dari VIF sebesar 1,428. Melalui perbandingan nilai *tolerance* sebesar $0,7 > 0,10$ dan nilai $1,428 < 10$, maka dapat dinyatakan tidak ditemukan gejala multikolinieritas.

Nilai tolerance dari variabel Metode Pembayaran COD (X3) sebesar 0,956 sementara itu nilai dari VIF sebesar 1,046. Melalui perbandingan nilai *tolerance* sebesar $0,956 > 0,10$ dan nilai VIF $1,046 < 10$, maka dapat dinyatakan tidak ditemukan gejala multikolinieritas.

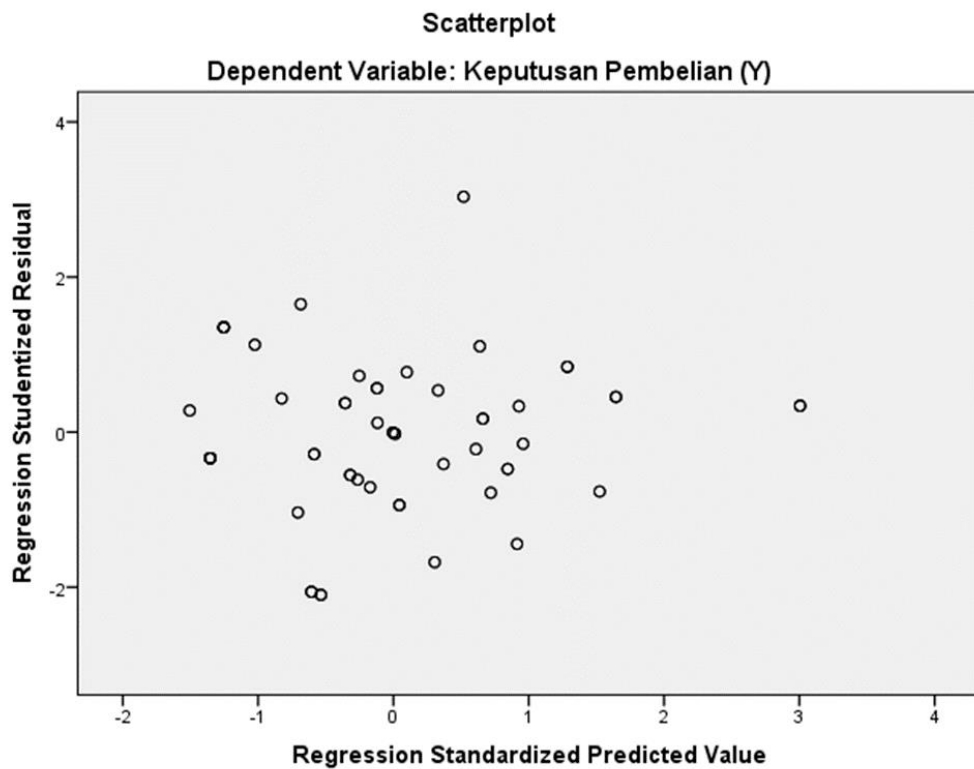
Dari beberapa pernyataan diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang meliputi Harga (X1), Testimoni (X2), dan Metode Pembayaran COD (X3) tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam pengujian ini peneliti menggunakan model scatter yang mana nanti akan mengamati bagaimana pola yang terbentuk pada gambar scatterplot, sebuah model regresi dianggap tidak terjadi heteroskedastisitas apabila pola yang dihasilkan tidak jelas, atau acak.

Hasil dari uji heteroskedastisitas model scater dapat dilihat pada gambar dibawah:



Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah IBM SPSS Statistics 22.0, 2021

Dari gambar diatas terlihat bahwa pola terbentuk secara acak yang menyebar diatas dan dibawah angka 0, maka dapat disimpulkan tidak ada gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas (harga, testimoni, metode pembayaran COD) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.957	1.918		1.542	.126
	Harga (X1)	.199	.089	.188	2.246	.027
	Testimoni (X2)	.323	.076	.354	4.231	.000
	Pembayaran COD (X3)	.356	.055	.463	6.465	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data diolah IBM SPSS Statistics 22.0, 2021

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disusun persamaan atau model regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,957 + 0,199 X1 + 0,323 X2 + 0,356 X3$$

Model persamaan regresi linier ganda hasil analisis diatas dapat diartikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta (α) sebesar 2,957, artinya apabila Harga (X1), Testimoni (X2) dan Metode Pembayaran COD (X3) seluruhnya

dianggap nol, maka Keputusan Pembelian memiliki nilai sebesar 2,957.

- b. Koefisien Harga (X1) sebesar 0,199 merupakan nilai yang positif menandakan adanya hubungan yang positif antara harga dengan keputusan pembelian. Selain itu juga dapat diartikan setiap kenaikan satu satuan Harga (X1), akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,199 satuan.
- c. Koefisien Testimoni (X2) sebesar 0,323 merupakan nilai yang positif menandakan adanya hubungan yang positif antara harga dengan keputusan pembelian. Kemudian dapat diartikan juga setiap kenaikan satu satuan Testimoni (X2), akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,323 satuan.
- d. Koefisien Metode Pembayaran COD (X3) sebesar 0,356 merupakan nilai yang positif menandakan adanya hubungan yang positif antara harga dengan keputusan pembelian. Kemudian dapat diartikan juga setiap kenaikan satu satuan Metode Pembayaran COD (X3), akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,356 satuan.

D. Uji Hipotesis

Adapun hipotesis yang sudah disusun sebelumnya seperti dibawah:

H1: Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online melalui Instagram pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung Angkatan 2020/2021

H2: Testimoni berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online melalui Instagram pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung Angkatan 2020/2021.

H3: Metode Pembayaran COD berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online melalui Instagram pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung Angkatan 2020/2021.

1. Uji t (*Parsial*)

Uji t dipakai untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas pada variabel terikat secara terpisah. Dalam pengujian ini peneliti membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka variabel bebas mempengaruhi variabel terikat, kemudian apabila nilai t hitung lebih kecil dari t tabel maka variabel bebas secara individual tidak berpengaruh pada variabel terikat.

Nilai t tabel didapatkan berdasarkan perhitungan dibawah:

$\alpha = 10\% : 2 = 5\%$ (uji 2 sisi)

$(df) = n - k - 1$ n (jumlah data), k (variabel independen), jadi

$(df) = 98 - 3 - 1 = 94$, sehingga didapatkan nilai t-tabel sebesar **1,661**.

Dibawah ini merupakan hasil dari uji t yang sudah dilakukan oleh peneliti:

Tabel 4.15
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.957	1.918		1.542	.126
	Harga (X1)	.199	.089	.188	2.246	.027
	Testimoni (X2)	.323	.076	.354	4.231	.000
	Pembayaran COD (X3)	.356	.055	.463	6.465	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data diolah IBM SPSS Statistics 22.0, 2021

a. H1 (Variabel Harga)

Berdasarkan tabel diatas, nilai t hitung pada variabel harga (X1) sebesar 2.246, kemudian kita dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,661, dari sini terlihat bahwa nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Jadi harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Nilai t-hitung positif menunjukkan adanya hubungan positif.

b. H2 (Variabel Testimoni)

Nilai t hitung pada variabel testimoni (X2) sebesar 4,231, kemudian kita dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,661, disini terlihat bahwa nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Kesimpulannya testimoni secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Nilai t-hitung positif menunjukkan adanya hubungan positif.

c. H3 (Variabel Metode Pembayaran COD)

Nilai t hitung pada variabel Metode Pembayaran COD (X3) sebesar 6,465, kemudian kita dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,661, dari sini terlihat bahwa nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Jadi metode pembayaran COD secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Nilai t-hitung positif menunjukkan adanya hubungan positif.

2. Uji F *Simultan*

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang digunakan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan uji F dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel, apabila nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel maka hipotesis diterima,

sebaliknya apabila nilai F hitung kurang dari F tabel maka hipotesis ditolak.

Hasil dari uji F yang sudah dilakukan kurang lebih seperti dibawah ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji F Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	565.752	3	188.584	36.610	.000 ^b
	Residual	484.207	94	5.151		
	Total	1049.959	97			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Pembayaran COD (X3), Testimoni (X2), Harga (X1)

Sumber: Data diolah IBM SPSS Statistics 22.0, 2021

Dari hasil uji F diatas didapatkan nilai F-hitung sebesar 36,610 dan nilai F-tabel sebesar 2,14. Karena nilai dari F-hitung lebih besar dari pada F-tabel ($36,610 > 2,14$) maka hipotesis yang menyatakan "Harga, Testimoni dan Metode Pembayaran COD berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian" dinyatakan diterima.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.17
Hasil Uji R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 ^a	.539	.524	2.270

a. Predictors: (Constant), Pembayaran COD (X3), Testimoni (X2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data diolah IBM SPSS Statistics 22.0, 2021

Hasil dari uji R^2 diatas didapatkan nilai R^2 sebesar 0.539, hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel harga, testimoni, dan metode pembayaran COD terhadap keputusan pembelian sebesar 53,9% sedangkan sisanya sebesar 46,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.