

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis yang sudah dibuat sebelumnya adalah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online melalui Instagram pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung Angkatan 2020/2021. Berdasarkan hasil pengujian pada bab IV ternyata harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini didasarkan pada pengujian variabel harga yang mendapatkan nilai t hitung sebesar 2,246 yang mana lebih besar dari nilai t tabel 1,661. Dengan demikian dapat dikatakan tinggi rendahnya harga berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian seseorang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yosephus Galih Primadasa dalam skripsinya yang berjudul "*Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Shopee*" dimana hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, selain itu dalam sebuah jurnal yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian*" yang disusun oleh Luthfan Fazari Harsanto dkk juga mendapatkan kesimpulan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

B. Pengaruh Testimoni terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa testimoni berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini didasarkan pada perhitungan yang mendapatkan nilai t hitung sebesar 4,231 yang mana lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,661. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang disusun oleh Ridwan dalam skripsi berjudul "*Pengaruh Tampilan Produk dan Testimoni di Media Sosial Facebook terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Siswa Smk Negeri 3 Takalar*" dimana untuk variabel testimoni juga mendapatkan hasil positif dan signifikan. Dari sini dapat dikatakan bahwa ada tidaknya testimoni berpengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang.

C. Pengaruh Metode Pembayaran COD terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian secara parsial untuk variabel Metode Pembayaran COD mendapatkan nilai t hitung sebesar 6,465 dimana nilai ini lebih besar dari t tabel sebesar 1,661, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa metode pembayaran COD mempunyai pengaruh positif dan juga signifikan terhadap keputusan pembelian. Jadi adanya metode pembayaran COD dapat meningkatkan keputusan pembelian seseorang.

D. Pengaruh Variabel Secara Simultan

Hasil pengujian menggunakan Uji F 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 dapat dikatakan bahwa Harga, Testimoni dan Metode Pembayaran COD berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.