

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

responden penelitian ini adalah warga kota Semarang yang pernah bertransaksi di *E-commerce*. Kuisisioner yang dibagikan terdiri dari pertanyaan yang berkaitan identitas pelanggan dan pertanyaan yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian ini.

Jumlah responden dalam penelitian adalah 193 orang

4.1.1 Jenis Kelamin Responden

Dari data yang didapat, jenis kelamin responden penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Data Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	87	45.1%
Perempuan	106	54.9%
Jumlah	193	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari data tabel diatas bisa disimpulkan bahwa responden penelitian ini, jenis kelamin wanita lebih banyak (54.9%) dibandingkan responden laki-laki (45.1%).

Survey

4.1.2 Umur Responden

Dari data yang di dapat, umur responden penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2

Data Umur Responden

Umur responden	Jumlah	Presentase
17	1	0,50%
19	2	1%
20	18	9,30%
21	76	39,40%
22	48	24,90%
23	25	12,90%
24	10	5,20%
25	6	3,10%
27	2	1%
28	2	1%
30	1	0,50%
35	2	1%
Jumlah	193	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa umur responden yang paling banyak adalah responden yang berumur rentan 20 hingga 25 tahun.

4.1.3 Pekerjaan responden

Dari data yang di dapat, pekerjaan responden penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3

Data pekerjaan responden

Pekerjaan responden	Jumlah	Presentase
Mahasiswa	144	74,60%
Karyawan Swasta	16	8,20%
Lainnya	20	10,30%
Pegawai Negeri	5	2,50%
Wirausaha	8	4,10%
jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pekerjaan responden yang paling banyak adalah mahasiswa dengan presentase 74,1%.

4.1.4 Seringnya Responden Mengakses *e-commerce*

Dari data yang di dapat, seringnya responden mengakses *e-commerce* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4

Data Seringnya Responden Mengakses *E-commerce*

Keterangan	Jumlah	Presentase
Sering	76	39,40%
Kadang-kadang	117	60,60%
Jumlah	193	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden hanya terkadang mengakses *e-commerce* (60,6%).

4.1.5 Seringnya Responden bertransaksi di *e-commerce*

Dari data yang di dapat. Seringnya responden bertransaksi di *e-commerce* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel 4.5

Data Seringnya Responden Bertransaksi di *E-commerce*

Keterangan	Jumlah	Presentase
Sering	47	24,4%
Kadang-kadang	146	75,6%
Jumlah	193	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan data tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa responden hanya kadang-kadang bertransaksi di *e-commerce*.

4.1.6 Crosstab Umur dan Jenis Kelamin

Crosstab Umur dan Jenis Kelamin dari responden tentang pengaruh *Trust*, *Service quality* dan *Perceived of risk* terhadap Minat Bertransaksi di *E-commerce* adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6

***Crosstab* Umur dan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	L	P	Jumlah
Umur			
15-20	8 9,20%	13 12,26%	21 10,88%
21-25	75 86,21%	90 84,91%	165 85,49%
26-30	3 3,45%	1 0,94%	4 2,07%
31-35	1 1,15%	2 1,89%	3 1,55%

Jumlah	87	106	193
---------------	-----------	------------	------------

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa rentan umur 15-20 berjumlah 21 orang yang terdiri dari 8 laki-laki (9,20%) dan 13 perempuan (12,26%). Rentan umur 21-25 berjumlah 165 orang (85,49) terdiri dari 75 laki-laki (86,21%) dan 90 perempuan (84,91%). Kemudian, pada rentan umur 26-30 berjumlah 4 orang (2,07%) yang terdiri dari 3 laki-laki (3,45%) dan 1 perempuan (0,94%). Yang terakhir, pada rentan umur 31-35 berjumlah 3 orang yang terdiri dari 1 laki-laki (1,15%) dan 2 perempuan (1,89%). Banyaknya responden yang berumur rentan 21-25 mengindikasikan bahwa penggunaan *e-commerce* sangat populer di kalangan kaum mileniall. Menurut survey yang dilakukan lembaga risert snapchart mengungkapn bahwa kaum milenial menjadi pengguna terbanyak dalam *e-commerce* sebanyak 50% (Kompas, 2018).

4.1.7 Crosstab Umur dan pekerjaan

Crosstab Umur dan Pekerjaan dari responden tentang pengaruh *Trust*, *Service quality* dan *Perceived of risk* terhadap Minat Bertransaksi di *E-commerce* adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7

Crosstab Umur dan pekerjaan

Pekerjaan	Mahasiswa	Pegawai Negeri	Wirausaha	Karyawan Swasta	Lainnya	Jumlah
15-20	20 13,89%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 5,00%	21 10,88%
21-25	124 86,11%	2 40,00%	6 75,00%	16 100,00%	17 85,00%	165 85,49%
26-30	0 0,00%	3 60,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 5,00%	4 2,07%
31-35	0	0	2	0	1	3

	0,00%	0,00%	25,00%	0,00%	5,00%	1,55%
Jumlah	144	5	8	16	20	193

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa rentan umur 15-20 berjumlah 21 orang memiliki pekerjaan yang terdiri dari mahasiswa sebanyak 20 orang (13,89%) dan lainnya 1 orang (5%). Rentan umur 21-25 berjumlah 165 orang memiliki pekerjaan yang terdiri dari mahasiswa sebanyak 124 orang (86,11%), pegawai negeri sebanyak 2 orang (40%), wirausaha sebanyak 6 orang (75%), karyawan swasta sebanyak 16 orang dan lainnya sebanyak 17 orang (85%). Kemudian rentan umur 26-30 berjumlah 4 orang memiliki pekerjaan pegawai negeri sebanyak 3 orang (60%), dan lainnya sebanyak 1 orang (5%). Dan terakhir rentan umur 31-35 berjumlah 3 orang memiliki pekerjaan wirausaha sebanyak 2 orang (25%) dan lainnya sebanyak 1 orang (5%).

4.1.8 Crosstab Jenis Kelamin dan Pekerjaan

Crosstab jenis kelamin dan pekerjaan dari responden tentang pengaruh *Trust*, *Service quality* dan *Perceived of risk* terhadap Minat Bertransaksi di *E-commerce* adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8

Crosstab Jenis Kelamin dan Pekerjaan

Keterangan	Mahasiswa	Pegawai Negeri	Wirausaha	Karyawan Swasta	Lainnya	Jumlah
L	58 66,67%	4 4,60%	4 4,60%	7 8,05%	14 16,09%	87 100,00%
P	86	1	4	9	6	106

	81,13%	0,94%	3,77%	8,49%	5,66%	100,00%
Total	144	5	8	16	20	193

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa dari jenis kelamin laki-laki memiliki pekerjaan mahasiswa sebanyak 58 orang (66,67%), pegawai negeri sebanyak 4 orang (4,60%), wirausaha sebanyak 4 orang (4,60%), karyawan swasta sebanyak 7 orang (8,05%) dan lainnya sebanyak 14 orang (16,09%). Kemudian jenis kelamin perempuan memiliki pekerjaan mahasiswa sebanyak 86 orang (81,13%), pegawai negeri 1 orang (0,94%), wirausaha 4 orang (3,77%), karyawan swasta (8,49%), dan lainnya sebanyak 6 orang (5,66%).

4.2 Analisis Hasil Penelitian

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk menunjukkan kemampuan masing-masing pertanyaan di dalam kuisioner untuk mengukur sesuatu yang akan diukur. Metode ini digunakan untuk mengukur ketepatan pertanyaan dalam kuisioner (Muniarti et al., 2013). Jika pengujian data memenuhi syarat kevalidan maka data tersebut dapat mengukur tujuannya secara tepat.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS 25. Uji validitas dilakukan dengan uji person correlation. Uji ini dilakukan dengan membandingkan antara R hitung masing –masing pertanyaan dengan R tabel. Jika r hitung > r tabel ($\alpha = 0,05$), maka pertanyaan-pertanyaan dalam kuisioner tersebut

adalah valid. Jika r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan-pertanyaan kuisisioner tersebut adalah tidak valid.

Tabel berikut adalah hasil pengujian pada kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini :

1) Variabel Kepercayaan

Berdasarkan hasil olah data diperoleh hasil :

Tabel 4.9

Uji Validitas Kepercayaan

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Status
kp1	0,682	0,1188	Valid
kp2	0,714	0,1188	Valid
kp3	0,706	0,1188	valid
kp4	0,648	0,1188	valid
kp5	0,674	0,1188	valid
kp6	0,731	0,1188	valid

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan data pada tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel kepercayaan memiliki status valid karena R hitung lebih besar dari R tabel.

2) Variabel Kualitas Layanan

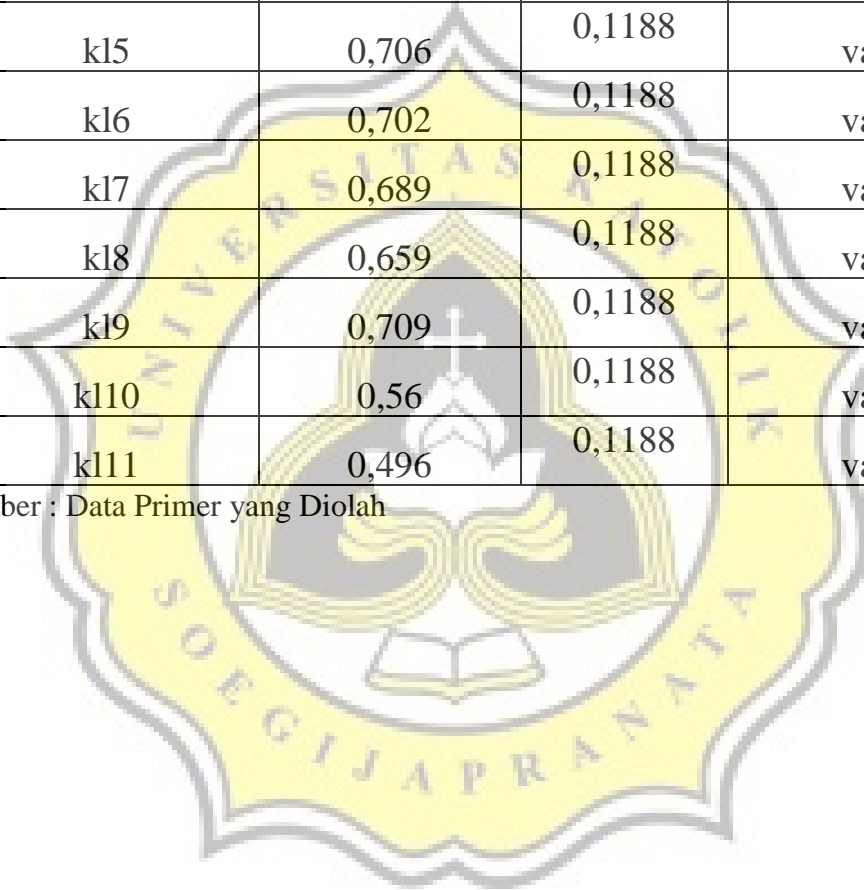
Berdasarkan hasil olah data diperoleh hasil :

Tabel 4.10

Uji Validitas Kualitas Layanan

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Status
k11	0,601	0,1188	valid
k12	0,585	0,1188	valid
k13	0,733	0,1188	valid
k14	0,686	0,1188	valid
k15	0,706	0,1188	valid
k16	0,702	0,1188	valid
k17	0,689	0,1188	valid
k18	0,659	0,1188	valid
k19	0,709	0,1188	valid
k110	0,56	0,1188	valid
k111	0,496	0,1188	valid

Sumber : Data Primer yang Diolah



Berdasarkan data pada tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel kualitas layanan memiliki status valid karena R hitung lebih besar dari R tabel.

3) Variabel Persepsi Resiko

Berdasarkan hasil olah data diperoleh hasil :

Tabel 4.11

Uji Validitas Persepsi Resiko

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Status
pr1	0,539	0,1188	valid
pr2	0,758	0,1188	valid
pr3	0,638	0,1188	valid
pr4	0,743	0,1188	valid
pr5	0,744	0,1188	valid
pr6	0,76	0,1188	valid
pr7	0,709	0,1188	valid
pr8	0,584	0,1188	valid

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan data pada tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel kualitas layanan memiliki status valid karena R hitung lebih besar dari R tabel.

3) Variabel Niat Bertransaksi

Berdasarkan hasil olah data diperoleh hasil :

Tabel 4.12

Uji Validitas Niat Bertransaksi

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Status
mb1	0,919	0,1188	Valid
mb2	0,919	0,1188	Valid

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan data pada tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel kualitas layanan memiliki status valid karena R hitung lebih besar dari R tabel.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur kehandalan pertanyaan dalam kuisiner. Uji ini dilakukan kepada pertanyaan kuisiner yang sudah lolos uji validitas. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi data dari keseluruhan kuisiner (Muniarti et al., 2013).

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 23. Pengujian reliabilitas menggunakan uji *cronbach's alpha* dengan batas minimum 0,6. Jika nilai alpha > 0,6 dapat disimpulkan bahwa seluruh item reliabel. Jika alpha > lebih dari 0,7 dapat disimpulkan bahwa item kuisiner memiliki reliabilitas yang kuat. Berikut hasil pengujian reliabilitas :

Tabel 4.13

Uji Reliabilitas

Variabel	Standar α	Alpha	Status
Kepercayaan	0,6	0,782	reliabilitas tinggi
Kualitas Layanan	0,6	0,862	reliabilitas tinggi
Persepsi resiko	0,6	0,839	reliabilitas tinggi
Niat bertransaksi	0,6	0,816	reliabilitas tinggi

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan pada data tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji reliabilitas dari masing-masing variabel lebih besar dari standard yang ditetapkan (0,6). Artinya pertanyaan-pertanyaan masing-masing variabel mampu mengukur secara konsisten.

4.2.3 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan nilai-nilai jawaban responden pada setiap pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian. Untuk mempermudah dalam melakukan statistic deskriptif, peneliti memberi kategori terhadap hasil setiap pertanyaan. Kategori yang digunakan yaitu Rendah, Sedang, dan Tinggi. Kemudian skala masing-masing kategori dihitung dengan rumus,

$$\begin{aligned} \text{Panjang Interval} &= \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Banyaknya Kategori}} \\ &= \frac{5-1}{3} \\ &= 1,33 \end{aligned}$$

Untuk menentukan nilai-nilai masing-masing kategori ditentukan sebagai berikut

No	Nilai	Kategori
1	1,00-2,33	Rendah
2	2,34-3,66	Sedang

3	3,67-5,00	Tinggi
---	-----------	--------

Lalu, berdasarkan kategori diatas, diperoleh hasil untuk setiap variabel penelitian sebagai berikut :

4.2.3.1 Deskripsi Variabel *Trust* (Kp)

Hasil mengenai analisis deskripsi untuk variabel *Trust* pad responden minat bertransaksi di *E-commerce* disajikan berikut :

Tabel 4.14

Distribusi Frekuensi tentang *Trust*

Keterangan	Kisaran Teoritis	Mean	Rentang skala			Kategori
			Rendah	Sedang	Tinggi	
Kp1	1-5	3,78	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi
Kp2	1-5	3,62	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi
Kp3	1-5	3,78	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi
Kp4	1-5	3,56	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Sedang
Kp5	1-5	3,87	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi
Kp6	1-5	3,71	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi
Mean Kp	1-5	3,72	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan tabel diatas, skor rata-rata jawaban responden pada pertanyaan Kp1 sebesar 3,78 dan termasuk kategori tinggi, artinya bahwa responden percaya dengan kemampuan dengan pihak *e-commerce*. kemudian pertanyaan Kp2 sebesar 3,62 dan termasuk kategori tinggi, artinya responden percaya dengan pengalaman yang dimiliki pihak *e-commerce*. pertanyaan Kp3 mempunyai skor sebesar 3,78 dan

termasuk kategori tinggi, artinya responden senang dengan perhatian-perhatian yang diberikan oleh pihak *e-commerce*. pertanyaan Kp4 sebesar 3,56 dan termasuk kategori sedang, artinya bahwa responden merasa cukup dengan kemauan pihak *e-commerce* untuk memberikan keuntungan bagi konsumen. Pertanyaan Kp 5 sebesar 3,87 dan termasuk kategori tinggi, artinya bahwa responden sangat percaya dengan itikad baik yang dimiliki oleh pihak *e-commerce*. pertanyaan Kp6 sebesar 3,71 dan termasuk kategori tinggi, artinya bahwa responden sangat percaya kepada pihak *e-commerce* untuk memenuhi apa yang diharapkan responden. Kemudian untuk skor rata-rata keseluruhan dari pertanyaan variabel *trust* sebesar 3,72 dan termasuk kategori tinggi, artinya bahwa responden percaya dengan pihak *e-commerce*.

4.2.3.2 Deskripsi Variabel *Service quality* (KI)

Hasil mengenai analisis deskripsi untuk variabel *Service Quality* pada responden minat bertransaksi di *E-commerce* disajikan berikut :

Tabel 4.15

Distribusi Frekuensi tentang *Service quality*

Keterangan	Kisaran Teoritis	Mean	Rentang skala			Kategori
			Rendah	Sedang	Tinggi	
KI1	1-5	3,74	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi
KI2	1-5	3,75	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi
KI3	1-5	3,37	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Sedang
KI4	1-5	3,57	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Sedang
KI5	1-5	3,50	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Sedang
KI6	1-5	3,72	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi
KI7	1-5	3,50	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Sedang
KI8	1-5	3,59	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Sedang
KI9	1-5	3,49	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Sedang

KI10	1-5	4,05	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi
KI11	1-5	4,07	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi
Mean KI	1-5	3,67	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan dari tabel diatas, skor rata-rata untuk pertanyaan KI1 sebesar 3,74 dan termasuk kategori tinggi, artinya bahwa responden puas dengan keseriusan pihak *e-commerce* dalam menangani masalah pelanggan. Pertanyaan KI2 sebesar 3,75 dan termasuk kategori tinggi, artinya bahwa responden puas dengan informasi produk dari pihak *e-commerce*. pertanyaan KI3 sebesar 3,37 dan termasuk kategori sedang, artinya bahwa responden merasa cukup dengan kecepatan pihak *e-commerce* dalam menangani keluhan pelanggan. Pertanyaan KI4 sebesar 3,57 dan termasuk kategori sedang, artinya bahwa responden merasa cukup dengan solusi-solusi dari pihak *e-commerce* dalam menangani keluhan. Pertanyaan KI5 sebesar 3,50 dan termasuk kategori sedang, artinya bahwa responden merasa cukup dengan kecepatan dan ketepatan pihak *e-commerce* dalam menanggapi permintaan. Pertanyaan KI 6 sebesar 3,72 dan termasuk kategori tinggi, artinya bahwa responden puas dengan jaminan pelayanan dari pihak *e-commerce*. pertanyaan KI7 sebesar 3,50 dan termasuk kategori sedang, artinya bahwa responden merasa penjual di *e-commerce* cukup profesional. Pertanyaan KI8 sebesar 3,59 dan termasuk kategori sedang, artinya bahwa pihak *e-commerce* cukup dalam menjalin hubungan dengan responden. Pertanyaan KI 9 sebesar 3,49 dan termasuk kategori sedang, artinya bahwa responden merasa cukup dengan perhatian yang diberikan pihak *e-commerce*. pertanyaan KI 10 sebesar 4,05 dan termasuk kategori tinggi, artinya bahwa responden puas dengan penataan fitur pada web *e-commerce*. pertanyaan KI11 sebesar 4,07 dan termasuk kategori tinggi, artinya

bahwa responden puas dengan kelengkapan fitur web *e-commerce*. Untuk skor rata-rata keseluruhan dari pertanyaan variabel *Service quality* sebesar 3,67 dan termasuk kategori tinggi, artinya bahwa responden puas dengan layanan yang dimiliki oleh pihak *e-commerce*.

4.2.3.3 Deskripsi Variabel *Perceived of risk* (Pr)

Hasil mengenai analisis deskripsi untuk variabel *Perceived of risk* pada responden minat bertransaksi di *E-commerce* disajikan berikut :

Tabel 4.16

Distribusi Frekuensi tentang *Perceived of risk*

Keterangan	Kisaran Teoritis	Mean	Rentang skala			Kategori
			Rendah	Sedang	Tinggi	
Pr1	1-5	3,98	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi
Pr2	1-5	3,20	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Sedang
Pr3	1-5	3,14	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Sedang
Pr4	1-5	3,35	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Sedang
Pr5	1-5	3,23	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Sedang
Pr6	1-5	3,12	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Sedang
Pr7	1-5	3,16	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Sedang
Pr8	1-5	3,01	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Sedang
Mean Pr	1-5	3,27	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Sedang

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari tabel diatas, dapat dilihat skor rata-rata pertanyaan pada variabel *Perceived of risk*. Pertanyaan Pr1 mempunyai skor sebesar 3,98 dan termasuk kategori tinggi, artinya bahwa responden mempersepsikan ada resiko tertentu yang ditanggung dalam ber aktifitas di *e-commerce* dalam taraf yang tinggi. Pertanyaan Pr2 mempunyai skor sebesar 3,20 dan termasuk kategori sedang, artinya bahwa responden mempersepsikan

resiko saat bertransaksi di *e-commerce* dalam taraf sedang . Pertanyaan Pr3 sebesar 3,14 dan termasuk kategori sedang, artinya bahwa responden mempersepsikan kerugian dalam bertransaksi di *e-commerce* dalam taraf sedang. Pertanyaan Pr4 sebesar 3,35 dan termasuk kategori sedang, artinya bahwa responden meragukan tingkat keamanan pada *e-commerce* dalam taraf sedang. Pertanyaan Pr5 sebesar 3,23 dan termasuk dalam kategori sedang, artinya bahwa keraguan responden tentang kemampuan pihak *e-commerce* dalam menjamin kebutuhan konsumen dalam taraf sedang. Pertanyaan Pr6 sebesar 3,12 dan termasuk kategori sedang, artinya bahwa responden mempersepsikan resiko keputusan bertransaksi di *e-commerce* dalam taraf sedang. Pertanyaan Pr7 sebesar 3,01 dan termasuk kategori sedang, artinya bahwa responden mempersepsikan ketidakpastian dalam memberikan informasi pribadi pada pihak *e-commerce* dalam taraf sedang. Pertanyaan Pr8 sebesar 3,27 dan termasuk kategori sedang, artinya bahwa responden mempersepsikan informasi disediakan menimbulkan permasalahan yang tak terduga dalam taraf sedang. Kemudian rata-rata dari seluruh skor pertanyaan pada variabel *perceived of risk* sebesar 3,27 dan termasuk kategori sedang, artinya bahwa responden mempersepsikan resiko dalam bertransaksi di *e-commerce* dalam taraf sedang.

4.2.3.4 Deskripsi Variabel Niat Bertransaksi

Hasil mengenai analisis deskripsi untuk variabel **Niat Bertransaksi** pada responden minat bertransaksi di *E-commerce* disajikan berikut :

Tabel 4.17

Distribusi Frekuensi tentang *Niat Bertransaksi*

Keterangan	Kisaran Teoritis	Mean	Rentang skala			Kategori
			Rendah	Sedang	Tinggi	
Mb1	1-5	4,03	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi
Mb2	1-5	4,11	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi
Mean Mb	1-5	4,07	1-2,33	2,34-3,66	3,67-5	Tinggi

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari tabel diatas, dapat dilihat skor rata-rata pertanyaan pada variabel minat bertransaksi. Pertanyaan Mb1 mempunyai skor sebesar 4,03 dan termasuk kategori tinggi, artinya bahwa responden memiliki niat yang tinggi untuk bertransaksi di *e-commerce* di masa depan. Pertanyaan Mb2 sebesar 4,11 dan termasuk kategori tinggi, artinya bahwa responden memiliki niat yang tinggi untuk membeli produk di *e-commerce* di masa depan. Rata-rata untuk semua pertanyaan pada variabel minat bertransaksi di *e-commerce* sebesar 4,07 dan termasuk kategori tinggi, artinya bahwa responden memiliki niat yang tinggi untuk bertransaksi di *e-commerce*

4.2.4 Uji Asumsi Klasik

4.2.4.1 Uji Normalitas

Syarat jika ingin melakukan analisis regresi berganda diharuskan lolos dari uji asumsi klasik. Langkah pertama untuk melakukan uji asumsi klasik adalah uji normalitas. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang di uji berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *one sampel Kolmogorov smirnov*.

Tabel 4.18

Hasil Uji Normalitas One sampel K-S

One- sampel Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		193
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.15851340
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.051
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.061 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Primer yang Diolah

Hasil dari tabel diatas, didapatkan hasil Asymp Sig 0,061 yang artinya data telah terdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig (0,061) lebih besar dari 0,05. Namun, dengan pengujian ini, data tidak lolos uji heterokedastisitas. Maka dari itu, peneliti melakukan pengobatan yang menghasilkan :

Tabel 4.19

Hasil Uji Normalitas setelah Pengobatan

One- sampel Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		184
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.14061594
Most Extreme Differences	Absolute	.059

	Positive	.059
	Negative	-.042
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Primer yang Diolah

Pengobatan dilakukan dengan menghapus 9 data responden . Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig adalah 0,200. Artinya data terdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig (0,200) lebih besar dari 0,05.

4.2.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji asumsi klasi selanjutnya adalah uji multikolinearitas. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi mengandung korelasi antar variabel independen(Muniarti et al., 2013) . Model regresi yang benar yaitu model regresi yang tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* atau VIF . Nilai yang sering digunakan untuk mengukur gejala multikolinearitas adalah nilai *tolerance* minimal adalah 0,10 atau VIF maksimal 10. Berdasarkan dari output regresi dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dan VIF adalah sebagai berikut :

Tabel 4.20

Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	total kp	.500	1.999
	total kl	.486	2.058
	total pr	.916	1.092

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari hasil tabel data diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk variabel Kepercayaan (*Trust*), Kualitas Layanan (*Service quality*), dan Persepsi Resiko (*Perceived of risk*) masing-masing sebesar 0,500 , 0,486 , dan 0,916 adalah < 1 . Pada nilai VIF untuk masing-masing variabel sebesar 1,999 , 2,058 , dan 1,092 adalah kurang dari 10. Maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini terbebas dari masalah multikolienaritas.

4.2.4.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidakamaan Variance dari residual dari pegamatan ke pengamatan lainnya. Regresi yang benar yaitu regresi yang tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heterokedastisitas dilakukan menggunakan uji glejser yaitu dengan meregresi variabel independen. Jika nilai sig lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Hasil dari pengujian dengan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.21

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.411	.564		.729	.467
	total kp	-.025	.023	-.114	-1.096	.274
	total kl	.012	.013	.096	.909	.365
	total pr	.021	.011	.150	1.948	.053

a. Dependent Variabel: res23

Sumber : Data Primer yang Diolah

Hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai sig dari variabel kepercayaan (*Trust*), kualitas layanan (*Service quality*), dan Persepsi Resiko (*Perceived of risk*) lebih besar dari 0,05. Artinya model regresi terbebas dari masalah heterokedastisitas, sehingga model regresi layak untuk mempredisi minat bertransaksi di *e-commerce*.

4.2.5 Uji F

Uji model fit digunakan untuk menguji hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Uji ini dilakukan sebelum melakukan uji hipotesis agar model regresi fit, sehingga dapat digunakan untuk melakukan pengujian dan hasilnya dapat menjelaskan hal-hal yang sedang diteliti. Agar dapat dikatakan fit maka suatu model harus mempunyai nilai sig < 0,05.

Tabel 4.22

Data uji model fit

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85.634	3	28.545	21.581	.000 ^b
	Residual	238.084	180	1.323		
	Total	323.717	183			

a. Dependent Variabel: total mb

b. Predictors: (Constant), total pr, total kp, total kl

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari data tabel diatas bisa dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 21,581 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Artinya, hasil yang didapat nilai signifikansi ($0,000 < (0,05)$) dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu kepercayaan (*Trust*), Kualitas Layanan (*Service quality*), dan Persepsi Resiko (*Perceived of risk*) memiliki pengaruh bersama-sama sehingga dapat digunakan untuk melakukan pengujian dan hasilnya dapat menjelaskan hal yang diteliti.

4.2.6 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui kesesuaian regresi berganda terhadap data penelitian. Nilai dari Adjusted R^2 Square mengungkapkan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Hasil dari koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.23

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.514 ^a	.265	.252	1.150

a. Predictors: (Constant), total pr, total kp, total kl

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari hasil tabel diatas diperoleh nilai Adjusted R^2 Square sebesar 0,252. Artinya kemampuan menjelaskan variabel independen kepercayaan (*Trust*), Kualitas Layanan (*Service quality*), dan Persepsi Resiko (*Perceived of risk*) sebesar 25,2% sedangkan sisanya 74,8% dipengaruhi faktor-faktor lain diluar penelitian ini.

4.2.7 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini analistik statistic yang digunakan adalah regresi linear berganda. Analisis bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel independen yaitu kepercayaan (*Trust*), Kualitas Layanan (*Service quality*), dan Persepsi Resiko (*Perceived of risk*) terhadap variabel terikat yaitu minat bertransaksi.

Tabel 4.24

Hasil Uji Regresi Liner berganda

Sumber : Data Primer yang Diolah

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Status
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5,090	0,889		5,723	0,000	
	total kp	0,121	0,037	0,300	3,321	0,001	Diterima
	total kl	0,039	0,021	0,170	1,857	0,065	Ditolak
	total pr	-0,044	0,017	-0,176	-2,642	0,009	Diterima

a. Dependent Variabel: total mb

Berdasarkan hasil di atas maka diperoleh koefisien regresi b_1 sebesar 0,121, b_2 sebesar 0,039, dan b_3 sebesar -0,044 sehingga persamaan regresi berganda yang didapatkan adalah:

$$Mb = a + b_1Kp + b_2 KI + b_3Pr + e$$

$$Mb = 5.090 + 0.121 Kp + 0,039 KI + -0,044 Pr + e$$

Keterangan:

Mb : *Minat Bertransaksi*

Kp : *Trust*

KI : *Service quality*

Pr : *Perceived of risk*

e : *Error*

4.2.7.1 Uji Hipotesis 1

“*Trust* berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi di *e-commerce*”. Hasil uji hipotesis 1 disajikan di tabel menunjukkan bahwa nilai sig variabel *Trust* (Kp) sebesar $0,001 < 0,05$ dengan nilai β sebesar 0,121. Artinya terdapat pengaruh positif variabel *Trust* terhadap Minat bertransaksi di *e-commerce* di kota Semarang. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 “*Trust* berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi di *e-commerce*” diterima.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan (Ariwibowo dan Nugroho, 2013) bahwa *Trust* memiliki pengaruh positif terhadap niat bertransaksi di *e-commerce* dan penelitian yang dilakukan oleh (Jarvenpaa dan Leidner, 1999). Namun hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Atika Marifiyanti, 2017).

Jika ada pihak yang memiliki keyakinan kepada pihak lain yang terlibat dalam transaksi maka dapat dikatakan terdapat *Trust*, dan *Trust* adalah kunci untuk menjaga hubungan jangka panjang untuk perusahaan (Morgan dan Hunt, 1994). Dengan demikian *Trust* dapat meningkat bergantung pada strategi perusahaan dalam mendapatkan *trust* dari konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian ini, bias dilihat bahwa responden akan bertransaksi pada *e-commerce* yang telah dipercayainya. Responden merasa bahwa dengan bertransaksi pada *e-commerce* yang dipercayainya akan berjalan lancar dari pemilihan produk hingga produk sampai ke tangan responden. Jika perusahaan *e-commerce* tidak memprioritaskan konsumen maka akan sangat sulit untuk mendapatkan kepercayaan dan hal ini akan menyulitkan perusahaan dalam mengembangkan bisnis ke depannya.

Trust dari konsumen menggambarkan kemampuan perusahaan *e-commerce* dalam menjalankan hal yang telah dijanjikan pada konsumen. Dengan demikian semakin tinggi *trust* konsumen maka semakin tinggi niat bertransaksi oleh konsumen pada *e-commerce*.

4.2.7.2 Uji Hipotesis 2

“*Service quality* berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi di *e-commerce*”. Hasil uji hipotesis 2 menunjukkan bahwa nilai sig variabel *Service quality* (K1) diperoleh sebesar 0,065 dan nilai β sebesar 0,039. Artinya variabel *Service quality* tidak berpengaruh terhadap minat bertransaksi di *e-commerce*. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 “*Service quality* berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi di *e-commerce*” ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (setyaningsih, 2014). Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Adyanto dan Santosa, 2018).

Hasil dalam penelitian ini, bisa dilihat bahwa konsumen tidak lagi menganggap kualitas layanan sebagai factor utama. Hal ini terjadi karena, layanan yang dimiliki oleh perusahaan *e-commerce* tidak bisa lagi dijadikan pembeda karena perusahaan-perusahaan *e-commerce* mempunyai layanan yang sama. Artinya layanan yang dimiliki oleh satu perusahaan dengan perusahaan lain tidak lagi memiliki perbedaan.

4.2.7.3 Uji Hipotesis 3

“*Perceived of risk* berpengaruh negative terhadap minat bertransaksi di *e-commerce*”. Hasil uji hipotesis³ menunjukkan bahwa nilai sig variabel *Perceived of risk* (Pr) diperoleh sebesar 0,009 dan nilai β sebesar -0,044. Artinya terdapat pengaruh negative variabel *Perceived of risk* terhadap niat bertransaksi di *E-commerce*. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 “*Perceived of risk* berpengaruh negative terhadap minat bertransaksi di *e-commerce*” diterima.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ariwibowo dan Nugroho, 2013) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh negative persepsi resiko terhadap niat bertransaksi di *e-commerce*. Namun tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Atika Marifiyanti, 2017).

Berdasarkan hasil penelitian ini, bias dilihat bahwa konsumen sekarang memiliki persepsi resiko yang rendah terhadap *e-commerce*. Dengan memiliki persepsi resiko yang rendah, mendorong konsumen untuk bertransaksi di *e-commerce*. Zaman sekarang juga sudah banyak cara untuk menimalisir resiko, mudahnya transaksi online, serta keamanan privasi data konsumen. sehingga konsumen dapat bertransaksi di *e-commerce* dengan nyaman tanpa memikirkan resiko.