

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada bagian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data dari pendahulu penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk Google form yang dibagikan kepada 50 responden yang memenuhi kriteria pernah menggunakan aplikasi tiktok selama satu tahun sebelumnya. Data setiap detik dikumpulkan dari berbagai sumber, antara lain daftar pustaka, jurnal nasional dan internasional, serta makalah penelitian terkini. Hanya ada satu jawaban untuk setiap pernyataan.

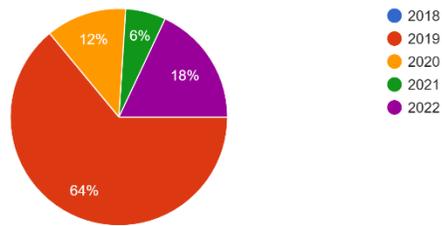
1.1.1 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, hasil kuesioner didasarkan pada sekitar 50 responden yang memenuhi syarat pernah menggunakan aplikasi tiktok dalam satu tahun sebelumnya. Berdasarkan kuesioner yang telah diisi responden, karakteristik responden adalah fakultas dan program studi, angkatan jenis kelamin, usia, dan persentase masing-masing kategori yang diwakili oleh diagram lingkaran.

1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas dan Progam Studi

Dalam diagram berikut ini, ditampilkan tanggapan karakteristik berdasarkan program akademik dan fakultas:

Angkatan
50 jawaban



Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti, 2022

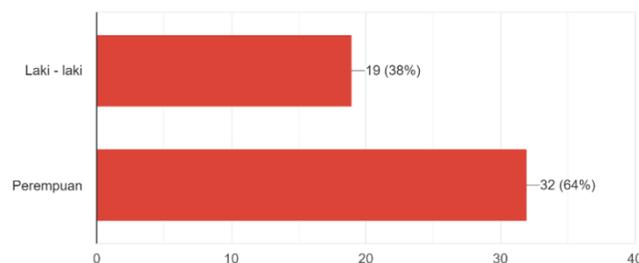
Berdasarkan gambar 4.2, Ada sekitar 32 (64%) tanggapan untuk tahun 2019, sembilan (18%) untuk tahun 2022, enam (12%) untuk tahun 2020, dan tiga (6%) untuk tahun 2021. Menurut statistik di atas, sekitar 32 (64%) pengguna aplikasi pemilu 2019 memberikan tanggapan.

1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, hasil survei ditampilkan dalam diagram di bawah ini.:

Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin
50 jawaban



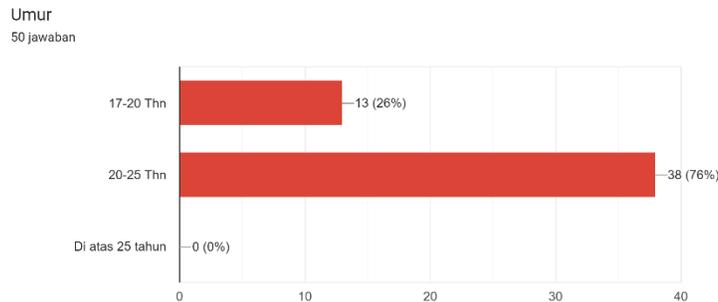
Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan gambar 4.3, Ada sekitar 32 (64%) tanggapan yang berjenis kelamin wanita dan 15 (38%) tanggapan yang berjenis kelamin pria. Menurut data statistik di atas, mayoritas pengguna

aplikasi toko tiktok adalah wanita, sedangkan insight Ginee.com menunjukkan bahwa mayoritas pengguna media sosial tiktok adalah wanita.

1.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Respon karakteristik berdasarkan usia ditunjukkan pada diagram berikut.:



Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

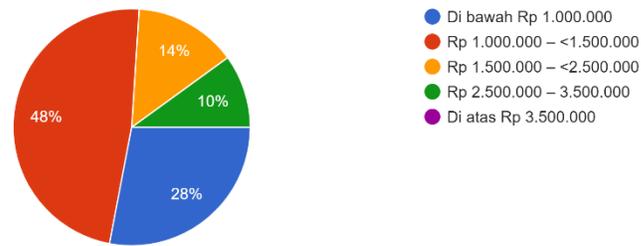
Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan data dari 50 responden dan gambar 4.4, responden yang berusia antara 17 dan 20 berjumlah 13 (26%) dari sampel, sedangkan responden yang berusia antara 20 dan 25 berjumlah 33 (66%). Berdasarkan gambar di bawah, mayoritas pengguna aplikasi tiktok berusia antara 20 hingga 25 tahun. Pengguna tersebut cenderung tertarik dengan produk fashion dan kemajuan teknologi, dan rata-rata pengguna tiktok di Indonesia berusia antara 18 tahun dan 24.

1.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Diagram lingkaran digunakan untuk menampilkan informasi demografis responden survei berdasarkan pendapatan bulanan gambar 4.5:

Uang Saku / Pendapatan Perbulan
50 jawaban



Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan gambar 4.5 Menurut 50 responden yang telah disurvei, sekitar 13 (28%) responden memiliki gaji tahunan minimal Rp. 1.000.000,26 (48%) responden berpendapatan antara Rp. 1.000.000 dan Rp. 1.500.000, 7 (14%) responden berpendapatan antara Rp. 1.500.000 dan Rp. 2.500.000, dan 4 (10%) responden berpendapatan antara Rp. 2.500.000 dan Rp. 3.500.000.

1.2 Hasil Penelitian

Setelah meninjau data responden, akan dilakukan pembahasan lebih lanjut mengenai hasil survei tersebut. Informasi yang ditampilkan di sini merupakan hasil umpan balik responden dari kuesioner yang baru saja dirilis. Penulis menguraikan berdasarkan variabel penelitian operasional selama analisis data untuk mengidentifikasi masalah. Data yang telah terkumpul diklasifikasikan dan dianalisis dengan analisis deskriptif dan analisis berganda regresif.

Data dikumpulkan menggunakan kuisisioner dengan lima pilihan jawaban, yaitu :

- Sangat setuju (SS) = 5
- Setuju (S) = 4
- Netral (N) = 3
- Tidak setuju (TS) = 2

e. Sangat tidak setuju (STS)= 1

1.2.1 Analisis Deskriptif

Dengan menggunakan analisis deskriptif berikut, adalah mungkin untuk mempelajari lebih lanjut tentang karakteristik variabel ukuran sampel dalam survei yang didasarkan pada jumlah peserta, serta jumlah minimum dan maksimum responden yang dipilih dari 50 responden, berdasarkan pada judul penelitian berjudul *Online Customer Review* dan dampak sistem *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian fashion di aplikasi “Tiktok Shop”:

1.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Online Customer Review*

Tabel berikut berisi tanggapan terhadap variabel *Online Customer Review* untuk aplikasi tiktok shop:

Tabel 4.6 Umpan Balik Responden Mengenai Berbagai Ulasan Pelanggan Online di Tiktok

Indikator	No Item	Q	STS	TS	N	S	SS	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Keterangan
			1	2	3	4	5				
Perceived Usefulness	1	Q1	0	0	1	7	42	50	239	500	Netral
			0%	0%	1%	7%	42%	50%	47,8%		
		Q2	0	0	6	4	40	50	234	500	Netral
	0%		0%	6%	4%	40%	50%	46,8%			
	Q3	0	0	0	7	43	50	243	500	Netral	
		0%	0%	0%	7%	43%	50%	48,6%			
Perceived enjoyment	2	Q1	0	1	5	9	35	50	227	500	Netral
			0%	1%	5%	9%	35%	50%	45,5%		
	Q2	0	0	1	8	41	50	238	500	Netral	
		0%	0%	1%	8%	41%	50%	47,6%			
Perceived control	3	Q1	0	0	4	8	38	50	266	500	Netral
			0%	0%	4%	8%	38%	50%	53,2%		
		Q2	0	0	3	12	35	50	232	500	Netral
			0%	0%	3%	12%	35%	50%	46,6%		
	Q3	0	0	2	8	40	50	238	500	Netral	
		0%	0%	2%	8%	40%	50%	47,6%			
	Q4	0	0	4	3	43	50	239	500	Netral	
		0%	0%	4%	3%	43%	50%	47,6%			
SKOR TOTAL									2,163	Netral	
PRESENTASE RATA-RATA									48%		

Sumber: Olahan Data Penulis, 2022

1. Saya merasa terbantu untuk memilih produk dan brand dengan adanya *online review* di tiktok

Dengan tingkat presentase sekitar 47,8%, respon keseluruhan terhadap pernyataan di atas dapat dikategorikan sebagai "Netral". Sehingga dapat dikatakan bahwa pelanggan merasa tersinggung dengan ulasan online apa pun di tiktok.

2. Saya merasakan manfaat online review di tiktok

Persentase sekitar 46,8% yang persentasenya dapat digolongkan sebagai "Netral". Sehingga dapat dikatakan bahwa pelanggan mendapatkan keuntungan dari review online yang terdapat pada situs review.

3. Tampilan video *review* terkait fashion pada tiktok menarik

Sebanyak 85,4% responden pertanyaan survei pada pernyataan tersebut di atas memiliki presentase, yang dapat diklasifikasikan sebagai "Netral". Sehingga bisa dikatakan pelanggan yang berminat akan mengupload video reviewnya di tiktok.

4. Saya merasa senang melihat video *review* terkait *fashion* pada tiktok

Dengan tingkat presentase sekitar 45,5%, respon keseluruhan terhadap pernyataan di atas dapat dikategorikan sebagai "Netral". Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa menonton video *review* terkait fashion di Tiktok cukup mengasyikkan bagi pelanggan.

5. Saya merasa dapat menikmati online shopping ketika melihat *Online Customer Review*

Sekitar 47,6% responden pertanyaan survei terhadap pernyataan yang disebutkan di atas memiliki presentase, yang dapat diklasifikasikan sebagai "Netral". Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pelanggan terlibat dalam pembelian online setelah membaca review di situs review.

6. Dengan adanya video *review* pada tiktok , saya berharap dapat memperoleh informasi yang saya butuhkan

Sebanyak 53,2% responden pertanyaan survei pada pernyataan tersebut di atas memiliki presentase, yang dapat diklasifikasikan sebagai "Netral". Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa adanya video dengan review pelanggan yang negatif menandakan bahwa pelanggan ingin dibantu ketika mencari barang di suatu *shop*.

7. Setelah membaca *review* pada tiktok, saya belajar beberapa informasi penting

Sebanyak 46,6% responden pertanyaan survei pada pernyataan tersebut di atas memiliki presentase, yang dapat diklasifikasikan sebagai "Netral". Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pelanggan perlu mempelajari informasi penting tertentu dalam video *review*.

8. Saya mempertimbangkan *review* pada tiktok sebelum membeli produk *fashion*

Sekitar 47,6% responden pertanyaan survei terhadap pernyataan yang disebutkan di atas memiliki presentase, yang dapat diklasifikasikan sebagai "Netral". Akibatnya, dapat dikatakan bahwa pelanggan yang meninggalkan *review* lebih cenderung melakukan riset sebelum melakukan pembelian di tiktok shop.

9. Saya merasa dapat mengontrol diri dalam berbelanja ketika melihat *Online Customer Review*

Hampir 47,6% responden jajak pendapat yang ditanya tentang pernyataan tersebut di atas memiliki presentase, yaitu kondisi "Netral". Dapat disimpulkan bahwa konsumen yang telah memposting *review* lebih cenderung melakukan penelitian sebelum melakukan pembelian di tiktok shop.

4.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sistem Pembayaran Cash On Delivery

Tabel berikut berisi tanggapan terhadap variabel *cash on delivery* untuk aplikasi tiktok shop :

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Cash On Delivery* pada Tiktok

Indikator	No Item	Q	STS	TS	N	S	SS	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Keterangan
			1	2	3	4	5				
Privasi	1	Q1	0	0	3	18	29	50	226	500	Netral
			0%	0%	3%	18%	29%	50%	45,5%		
		Q2	0	0	5	13	32	50	227	500	Netral
			0%	0%	5%	13%	32%	50%	45,4%		
Keamanan	1	Q1	0	0	4	12	34	50	230	500	Netral
			0%	0%	4%	14%	34%	52%	46%		
		Q2	0	0	6	14	30	50	224	500	Netral
			0%	0%	6%	14%	30%	50%	44,8%		
Kepercayaan	1	Q1	0	0	3	10	37	50	234	500	Netral
			0%	0%	3%	10%	37%	50%	46,8%		
SKOR TOTAL									1,141		
PRESENTASE RATA-RATA									46%		Netral

Sumber: Olahan Data Penulis, 2022

1. Saya menggunakan metode pembayaran COD untuk transaksi pembelian online karena lebih efektif

Sebanyak 45,5% responden pertanyaan survei pada pernyataan yang disebutkan di atas mengidentifikasi topik tersebut sebagai "Netral". Hal ini membuktikan bahwa produk N'Pure bermanfaat untuk merespon.

2. Saya rasa sistem pembayaran COD menunjukkan kepedulian terhadap informasi pribadi para konsumennya

Dengan presentase sekitar 45,4%, respons keseluruhan terhadap pernyataan tersebut di atas diklasifikasikan sebagai "Netral". Hal ini menandakan bahwa sistem pembayaran COD memberikan batasan terhadap privasi informasi konsumen.

3. Saya menggunakan metode pembayaran COD untuk transaksi pembelian online karena adanya *return* (pengembalian barang apabila tidak sesuai dengan pesanan)

Dengan presentase sekitar 45,4%, respons keseluruhan terhadap pernyataan tersebut di atas diklasifikasikan sebagai "Netral". Hal ini menandakan bahwa sistem pembayaran COD memberikan batasan terhadap privasi informasi konsumen.

4. Saya merasa aman dan mudah dengan adanya pembayaran cash on delivery (COD) ketika barang sudah saya terima.

Sebanyak 44,8% responden pertanyaan survei pada pernyataan tersebut di atas mengidentifikasi preferensi mereka sebagai "Netral", menurut hasil. Hal ini membuktikan bahwa sistem pembayaran COD aman dan mudah digunakan.

5. Saya percaya metode pembayaran COD untuk transaksi pembelian online meminimalisir penipuan

Dengan persentase sekitar 46,8%, tanggapan keseluruhan terhadap pernyataan di atas dapat dikategorikan sebagai "Netral". Hal ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran COD meminimalkan penipuan.

1.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian

Respon responden terhadap variabel keputusan pembelian produk fashion berikut ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel keputusan pembelian pada Tiktok

Indikator	No Item	Q	STS	TS	N	S	SS	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Keterangan
			1	2	3	4	5				
Proses pembelian	1	Q1	0	0	3	9	38	50	235	500	Netral
			0%	0%	1%	11%	38%	50%	47%		
Memutuskan pembelian	1	Q1	0	1	1	7	41	50	238	500	Netral
			0%	1%	1%	7%	41%	50%	47,6%		
		Q2	0	1	0	5	44	50	241	500	Netral
			0%	1%	0%	5%	44%	50%	48,2%		
kebutuhan dan keinginan	1	Q1	0	1	2	1	46	50	240	500	Netral
			0%	1%	2%	1%	46%	50%	48%		
	2	Q2	0	1	0	4	45	50	243	500	Netral
			0%	1%	0%	4%	45%	50%	48,6%		
	3	Q3	0	1	1	2	46	50	243	500	Netral
			0%	1%	1%	2%	46%	50%	48,6%		
Direkomendasikan	1	Q4	0	0	8	6	36	50	228	500	Netral
			0%	0%	8%	6%	36%	50%	45,6%		
SKOR TOTAL									1,440		
PRESENTASE RATA-RATA									48%		Netral

Sumber: Olahan Data Penulis, 2022

1. Setelah melihat *review* dari *customer* yang lain, saya tidak ragu membeli produk melalui tiktok *shop*

Sebanyak 47% responden pertanyaan survei pada pernyataan yang disebutkan di atas mengidentifikasi diri mereka sebagai "Netral". Ini menandakan bahwa setelah membaca *review*, orang enggan membeli barang dari tiktok *shop*.

2. Saya membeli produk fashion pada tiktok *shop* dikarenakan tertarik untuk membeli

Sebanyak 47,6% responden pertanyaan survei pada pernyataan tersebut di atas mengidentifikasi diri mereka sebagai "Netral". Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang membeli barang fashion dari tiktok *shop* melakukannya karena mereka sangat ingin membeli.

3. Saya membeli produk *fashion* karena *fahion* yang ditawarkan pada tiktok *shop* mengikuti *trend* kekinian sehingga menarik perhatian

Sebanyak 48,2% responden pertanyaan survei pada pernyataan tersebut di atas menetapkan jawaban sebagai "Netral". Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang

membeli barang trendi dari tiktok *shop* ritel melakukannya karena mengikuti tren terkini, yang mempertajam persepsi mereka.

4. Saya membeli produk *fashion* dikenakan saya membutuhkan produk tersebut

Sebanyak 48% responden pertanyaan survei pada pernyataan yang disebutkan di atas mengidentifikasi diri mereka sebagai "Netral". Hal ini menandakan bahwa pelanggan membeli produk *fashion* dari suatu tiktok *shop* karena membutuhkan barang yang dimaksud.

5. Saya memiliki keinginan yang kuat untuk menggunakan produk *fashion* yang ditawarkan pada tiktok *shop*

Dengan persentase sekitar 48,6%, tanggapan keseluruhan terhadap pernyataan di atas dapat dikategorikan sebagai "Netral". Hal ini menandakan bahwa pembeli memiliki keinginan yang cukup kuat untuk menggunakan produk *fashion* yang ditawarkan perusahaan.

6. Saya membeli produk *fashion* sesuai dengan keinginan

Dengan persentase sekitar 48,6%, tanggapan keseluruhan terhadap pernyataan di atas dapat dikategorikan sebagai "Netral". Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen membeli produk *fashion* sesuai dengan preferensinya.

7. Saya melakukan pembelian produk *fashion* setelah direkomendasikan orang lain/teman/keluarga

Dengan persentase sekitar 45,6%, tanggapan keseluruhan terhadap pernyataan tersebut dikategorikan sebagai "Netral". Hal ini membuktikan bahwa pelanggan hanya membeli produk *fesyen* setelah mendapat rekomendasi dari teman, keluarga, atau kenalan lainnya.

1.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini melakukan pengecekan validitas dan reliabilitas pada variabel X1 yaitu *online customer review*(X2) yaitu sistem *cash on delivery* (Y) yaitu konfirmasi pembelian. Untuk menentukan apakah suatu *query* valid atau tidak, subjek melakukan inquiry validitas. Validitas dalam penelitian ini dinilai dengan menggunakan statistik SPSS 20. Dasar pengambilan keputusan pertanyaan valid atau tidak valid ditentukan oleh dua faktor, yaitu:

1. Jika R hitung > R tabel, maka pernyataan benar.
2. r hitung < r tabel, maka dikatakan tidak valid.

Pentuan R-Tabel dilakukan dengan menggunakan distribusi R-Tabel Product Moment yang sesuai dengan jumlah tanggapan 50 orang menanggapi survei, sehingga nilai r-tabel yang digunakan adalah sekitar 0,254.

1.2.2.1 Uji Validitas

Evaluasi Validitas ditetapkan menggunakan mereduksi korelasi Pearson. Instrumen tunggal sehubungan dengan skor keseluruhan yang ditunjukkan oleh baris dalam tabel diindikasikan sah. Pada Tabel 4.9 disajikan hasil dari uji validitas penelitian ini .

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

UJI VALIDITAS			
Variabel	Indikator	r Hitung	Kesimpulan
OCR (X1)	X1.1	0,366	Valid
	X1.2	0,463	Valid
	X1.3	0,533	Valid
	X1.4	0,410	Valid
	X1.5	0,512	Valid
	X1.6	0,543	Valid
	X1.7	0,579	Valid
	X1.8	0,529	Valid
	X1.9	0,313	Valid
COD (X2)	X2.1	0,589	Valid
	X2.2	0,304	Valid
	X2.3	0,599	Valid
	X2.4	0,592	Valid
	X2.5	0,522	Valid
KP (Y)	Y1	0,688	Valid
	Y2	0,695	Valid
	Y3	0,824	Valid
	Y4	0,649	Valid
	Y5	0,836	Valid
	Y6	0,759	Valid
	Y7	0,457	Valid

Sumber: Olahan Data Penulis, 2022

Seperti terlihat pada Tabel 4.9 di bawah ini, hasil pengujian validitas uji menunjukkan bahwa setiap indikator pada variabel online customer review dan sistem pembayaran cash on delivery memiliki koefisien *korelasi pearson* yang lebih tinggi dibandingkan dengan angka R pada tabel, yang menunjukkan bahwa masing-masing indikator telah memenuhi kriteria validitas uji.

1.2.2.2 Uji Reliabilitas

Untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan responden akurat, dilakukan uji reliabilitas akan menjadi jawaban yang diberikan melalui kuesioner. Menurut Wiratna (2014), kuesioner dianggap reliabel jika nilai cronbach alpha $>0,6$ berdasarkan hasil penelitian ini menggunakan uji reabilitas cronbach alpha.

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas

UJI REABILITAS			
Variabel	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
X1	0,697	0,6	Reliabel
X2	0,677	0,6	Reliabel
Y	0,795	0,6	Reliabel

Sumber: Olahan Data Penulis, 2022

Berdasarkan Tabel 4.10 di bawah ini, Hasil reliabilitas penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel dalam penelitian ini. yang digunakan peneliti memiliki nilai Cronback's Alpha yang secara signifikan lebih tinggi dari 0,6, hal ini menunjukkan bahwa temuan peneliti dapat dipercaya.

1.2.3 Teknik Analisis Regresi Berganda

Dalam studi, teknik analisis regresi untuk menentukan dampak variabel independen/bebas seperti ulasan pelanggan online dan metode pembayaran seperti cash on delivery pada variabel dependen/terikat seperti keluhan terkait pembelian. Pada paragraf berikutnya, dikatakan bahwa berikut adalah hasil penelitian yang dimaksud:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

X₁ = *Online Customer Review*

X₂ = *cash on delivery*

a = Bilangan konstanta

b = koefisien regresi

Hasil pengolahan dari analisis garis regresi pada kisaran berganda menunjukkan interaksi regresi dengan sistem tinjauan pelanggan online dan sistem pembayaran cash-on-delivery berdasarkan keluaran pengolahan yang dilakukan menggunakan statistik IBM versi 20.

Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	36.448	7.256		5.023	.000
	OCR_X1	.174	.121	.196	1.437	.157
	COD_X2	-.437	.205	-.291	-2.132	.038

a. Dependent Variable: KP_Y

Sumber: Data Olahan SPSS Ver 20, 2022

Sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 4.11, informasi tentang reuni para ganda selama studi ini disediakan. Sebagai salah satu takeaway yang jelas dari analisis retrospektif dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 36,448 + 0,174X_1 - 0,437X_2$$

Dari persamaan regresi di atas, informasi berikut dapat dinyatakan:

- a. sebuah. Nilai konstanta sebesar 36.448 tindakan bahwa jika variabel *online customer review* (X1) dan *sistem cash on delivery* (X2) ditetapkan (bernilai 0), maka keputusan pembelian (Y) sebesar 36.448.
- b. *Online customer review* (X1) memiliki koefisien variasi 0,174 dibandingkan dengan nilai positif 1. Jika variabel independen lain memiliki koefisien variasi 0,174 dan *Online customer review* (X1) mengalami peningkatan sebesar 1,

kesimpulan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,174. Dengan cara yang sama, jika *Online customer review* (X1) mengalami penurunan sekitar 1, keputusan pembelian (Y) akan mengalami penurunan sekitar 174.

- c. Nilai koefisien variabel sistem cash on delivery (X2) sebesar -0,437 dengan nilai negatif artinya jika variabel *independent* lainnya bernilai tetap dan sistem *cash on delivery* (X2) mengalami kenaikan sebesar 1, maka implikasinya transaksi (Y) akan mengalami penurunan sebesar signifikansi sekitar 0,437. Sebagai alternatif, jika sistem *cash on delivery* (X2) mengalami penurunan 1 atau lebih, maka penerimaan pesanan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 437 atau lebih.

1.2.4 Uji Signifikansi T

Uji digunakan untuk memahami implikasi variabel (X) terhadap variabel lain (Y). Dengan membandingkan grafik dengan tabel atau objek lain, mencatat signifikansi berkode warna pada setiap grafik, pengguna dapat melakukan tindakan ini. Nilai signifikansi 0,05, menunjukkan bahwa variabel dependen berpengaruh signifikan terhadap variabel independen. Harus ada derajat yang bebas pembilang dan derajat untuk menentukan nilai t.

1. Jika nilai sig 0,05 atau t hitung > ttabel, maka variabel X berkorelasi signifikan dengan variabel Y.
2. Jika nilai sig 0,05 atau t hitung < ttabel, maka variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut dengan rumus berikut diperlukan untuk menentukan nilai t:

$$t \text{ tabel} = t(a/2 ; n-k-1)$$

$$= t (0,025 ; 47)$$

$$T_{0,025(47)} = 2.01174$$

Tabel 4.12 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	36.448	7.256		5.023	.000
	OCR_X1	.174	.121	.196	1.437	.157
	COD_X2	-.437	.205	-.291	-2.132	.038

a. Dependent Variable: KP_Y

Sumber: Data Olahan SPSS Ver 20, 2022

Berdasarkan data pada tabel 4.12 Oleh karena itu, untuk setiap variabel independen, gunakan rumus di bawah ini:

1. Variabel *online customer review* (X1) memiliki t-status 1,437 dan tingkat signifikansi $0,157 \geq 0,05$ sampai H_a tolak dan H_o alhasil tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi pembelian yang dilakukan melalui tiktok *shop*. Dengan adanya hipotesis 1 ini, dapat disimpulkan bahwa *online customer review* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi di balik pembelian produk *fashion* yang dilakukan di marketplace tiktok *shop* yaitu **ditolak**.
2. Dengan kata lain variabel *cash on delivery* (X2) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian melalui tiktok store sedangkan variabel *cash on delivery* (X1) memiliki thitung sebesar -2,132 dan rentang signifikan sebesar $0,038 \leq 0,05$ sampai H_a diterima dan H_o di tolak. Dengan demikian Hipotesis 2 yang didasarkan pada sistem *cash on delivery* (COD) berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat yang membeli produk *fashion* di marketplace tiktok *shop* yaitu **diterima**.

1.2.5 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R^2) dari hasil regresi linier berganda menunjukkan salah satu variabel dependen utama yaitu sudut keputusan pembelian, diberikan variabel independent *online customer review* dan *cash on delivery*. Tabel berikut merangkum hasil determinasi (R^2):

Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.368 ^a	.136	.799	2.388

a. Predictors: (Constant), COD_X2, OCR_X1

Sumber: Data Olahan SPSS Ver 20, 2022

Berdasarkan data dari Tabel 4.13, nilai adjusted R square (koefisien determinasi) sebesar 0,799 menunjukkan bahwa variabel independent online customer review dan cash on delivery (X) terkena penalti relatif terhadap variabel dependen (Y) sebesar 79,9% dan 20,1 %, masing-masing, oleh variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini.

1.1 Pembahasan

Pengaruh sistem *online customer review* terhadap keputusan pembelian

Menurut hasil penelitian, dampak *review* pelanggan online terhadap pembelian individu yang dilakukan melalui tiktok shop **tidak signifikan**. Hasil ini didasarkan pada signifikansi numerik yang lebih besar dari signifikansi yang dimaksudkan. Ini mungkin menunjukkan bahwa keputusan konsumen untuk membeli dari tiktok shop tidak dipengaruhi oleh review dari pelanggan online lainnya. Untuk pelanggan tiktok shop, review pelanggan online sebelumnya tidak selalu dapat

diandalkan sebagai indikator dari apa yang diharapkan pelanggan saat melakukan pembelian di sana. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa banyak pelanggan yang meninggalkan *review* belum siap untuk membeli produk yang dimaksud, sedangkan mereka yang cenderung tidak melakukannya.

Pengaruh sistem *cash on delivery* (COD) terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan temuan penelitian, *cash on delivery* (COD) memiliki **pengaruh yang signifikan** terhadap pengertian transaksi yang dilakukan melalui Tiktok shop. Hal ini disebabkan tingkat signifikansi yang lebih rendah dari ambang batas tingkat signifikansi yang dipertimbangkan. Hal ini dapat menunjukkan bahwa permintaan pelanggan untuk membeli apa pun dari toko Tiktok tunduk pada klausul pengiriman uang tunai negatif; karenanya, dengan naiknya harga COD, permintaan pelanggan untuk membeli menjadi lebih tegang., begitu pula sebaliknya semakin rendah COD maka semakin tinggi keputusan pembelian. Hal itu karena sebagian besar konsumen dalam hal ini mahasiswa yang sibuk di kampus kesulitan menemui kurir. sedemikian rupa sehingga konsumen percaya bahwa metode pembayaran saat ini atau *cash on delivery* (COD) tidak dapat diterima. Untuk konsumen yang lebih canggih, membayar melalui transfer atau membayar terus menerus ke *online shop* lebih mudah daripada membayar melalui COD, sehingga jika konsumen tidak mengetahui COD, barang tersebut dapat diambil oleh seseorang yang ada di rumah. Selain itu, biaya pembayaran melalui transfer biasanya lebih murah dibandingkan pembayaran secara *cash on delivery* (COD)

Variabel Yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Dapat disimpulkan bahwa karena harga variasi cash on delivery lebih tinggi daripada harga variasi online customer review, maka variasi yang paling berkorelasi dengan variasi keputusan pembelian (Y) adalah variasi cash on delivery. (X2), dengan koefisien korelasi sekitar 2.132.