**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN POTONGAN HARGA TERHADAP**

**MINAT BELANJA *ONLINE* PADA MAHASISWA PENDIDIKAN**

**EKONOMI UNIVERSITAS JAMBI**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**ARIF RAHMAN HAKIM**

**NIM RRA1A117007**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI**

**JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS JAMBI**

**AGUSTUS 2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN POTONGAN HARGA TERHADAP**

**MINAT BELANJA *ONLINE* PADA MAHASISWA PENDIDIKAN**

**EKONOMI UNIVERSITAS JAMBI**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Universitas Jambi**

**untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan**

**Program Sarjana Pendidikan Ekonomi**

****

**oleh**

**Arif Rahman Hakim**

**NIM RRA1A117007**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI**

**JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS JAMBI**

**AGUSTUS 2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Skripsi yang berjudul *Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja Online pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi:* Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi, yang disusun oleh Arif Rahman Hakim, Nomor Induk Mahasiswa RRA1A117007 telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Jambi, September 2021

Pembimbing I

Dra. Refnida, M.E

NIP. 196309231990012001

Jambi, September 2021

Pembimbing II

Iwan Putra, S.E., MS.Ak.

NIDN. 201504051023

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul *Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga Terhadap Minat Belanja Online Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi:* Skripsi, Pendidikan Ekonomi, yang disusun oleh Arif Rahman Hakim, Nomor Induk Mahasiswa RRA1A117007 telah dipertahankan di depan tim penguji pada Selasa, 24 Agustus 2021.

Tim Penguji

1. Dra. Refnida, M.E. Ketua

NIP. 196309231990012001

1. Iwan Putra, S.E., MS.Ak. Sekretaris

NIDN. 201504051023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi

Drs. H. Arpizal, M.Pd

NIP. 196109161986031002

**MOTTO**

*“Sesungguhnya Allah SWT tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”* (Q.S Ar-Ra’d: 11).

*“Dan bahwasanya seseorang Manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”* (Q.S An-Najm: 39).

*“Orang-orang yang berhenti belajar akan menjadi pemilik masa lalu. Dan orang-orang yang masih terus belajar, akan menjadi pemilik masa depna”* (Mario Teguh).

*“Hanya Pendidikan yang bisa menyelamatkan masa depan, tanpa Pendidikan Indonesia tak mungkin bertahan.”* (Najwa Shihab).

Skripsi ini aku persembahkan untuk Ayah dan Ibu. Raut wajah bahagia dari Ayah dan Ibu merupakan keinginan terbesar yang ada dalam hidupku. Hingga saat ini belum ada hal berharga yang bisa dibanggakan untuk membahagiakan mereka. Semoga karya Ilmiah ini mampu menjadi setitik embun penyejuk hati Ayah dan Ibu.

**HALAMAN PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Arif Rahman Hakim

NIM : RRA1A117007

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil penelitian pihak lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan jiplakan atau Plagiat, saya bersedia menerima sanksi dicabut gelar dan ditarik ijazah.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Jambi, 16 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,

Arif Rahman Hakim

NIM. RRA1A117007

**ABSTRAK**

Hakim, Arif Rahman. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja Online pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi:* Skripsi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi. Pembimbing: (I) Dra. Refnida, M.E. (II) Iwan Putra, S.E., MS.Ak.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Potongan Harga, Minat Belanja *Online*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh antara: (1) Kualitas produk terhadap Minat Belanja *Online,* (2) Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online,* (3) Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 Universitas Jambi.

Penelitian ini dilakukan di Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi pada tanggal 01 Mei-30 Mei 2021. Data penelitian diperoleh dengan cara penyebaran dan penarikan angket kepada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 yang dibuat melalui *google form* kemudian disebarkan ke *group* kelas masing-masing angkatan. Setelah semua angket telah diisi, data dianalisis secara kuantitatif dengan rumus persentase.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap minat belanja *Online.* Hal tersebut dapat dibuktikan melalui hasil Uji t, terlihat bahwa nilai thitung > ttabel yaitu 5,466 > 1,981 sehingg terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Minat Belanja *Online.* (2) tidak terdapat pengaruh Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online.* Hal tersebut dapat dibuktikan melalui hasi uji t, terlihat bahwa nilai thitung < ttabel yaitu 0,619 < 1,981 sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara potongan harga terhadap minat belanja *online* (3) terdapat pengaruh kualitas produk dan potongan harga terhadap minat belanja *online.* Hal tersebut dapat dibuktikan melalui hasil uji F dimana nilai Fhitung 16,847 sedangkan Ftabel 3,08 karena 16,847 > 3,08 sehingga terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online.*

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Produk dan Potongan Harga berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Belanja *Online*. Dari hasil Simpulan disarankan agar pemilik toko *Online* lebih memperhatikan dan meningkatkan Kualitas Produk yang ditawarkan atau dijual.

.

**KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpah hidayah dan rahmat yang telah diberikan kepada kita semua, sehingga Skripsi tentang ***Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja Online pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi*** ini dapat terselesaikan tepat waktu.

Shalawat dan Salam tetap kita sanjungkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, Allahumma Salli Ala Sayyidina Muhammad, Waa Ala Ali Sayyidina Muhammad, yang telah membawa Umatnya dari zaman jahiliya menuju saman Islamiyah dan yang telah mengeluarkan umatnya dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang yakni zaman yang kita alami pada saat sekarang ini.

Selanjutnya adapun maksud dan tujuan diajukannya skripsi ini adalah untuk mengetahui Minat belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. Skripsi ini mungkin tidak akan selesai tanpa bantuan pihak-pihak tertentu, maka saya ucapkan terimakasih kepada Kedua Orang Tua, Ayahanda Amirudin dan Ibunda Tercinta Marwa yang senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan dan semangat kepada Anaknya.

Bapak Prof. Drs. H. Sutrisno, M.Sc, Ph.D selaku Rektor Universitas Jambi, Terimakasih telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menimbah ilmu di Universitas Jambi. Bapak Prof. Dr. M. Rusdi, S.Pd., M.Sc. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi, Terimakasih telah memberikan izin dan segala bentuk fasilitas difakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan untuk Menyelesaikan Skripsi ini.

Bapak Prof. Dr. Drs. Ekawarna, M.Psi selaku dosen Penasehat Akademik (PA) yang penuh kesabaran, ketulusan dan telah melungkan waktu dan pikiran yang sangat berharga untuk memberikan nasehat dan arahan selama proses perkuliahan. Ibu Dr. Rosmiati, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (P-IPS) dan Bapak Drs. Arpizal, M.Pd. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi, Terimakasih telah membantu dalam perkuliahan dan penyelesaian tugas.

Ibu Dra. Refnida, M.E selaku Dosen Pembimbing Skripsi I, yang penuh kesabaran, ketulusan dan telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran yang sangat berharga untuk memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini dan selalu memberikan motivasi yang begitu berharga bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Bapak Iwan Putra, S.E., MS.Ak. selaku Dosen Pembimbing Skripsi II, yang dengan ketelitian, kesabaran, ketulusan dan sudah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan arahan serta motivasi yang berguna bagi penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai.

Ibu Dr. Siti Syuhada, S.Pd., M.E. selaku Penguji Utama, Bapak Ahmad Nasori, S.Pd., M.Pd. Selaku Penguji Anggota I dan Ibu Nurmala Sari, S.Pd., M.Pd. selaku Penguji Anggota II, terimakasih kritik, saran, dan masukannya selama Ujian Seminar Proposal. Dan Seluruh Dosen Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi, yang telah membagi ilmunya dan membimbing selama proses perkuliahan penulis sampaikan rasa terima kasih yang teramat dalam, semoga semuanya menjadi amal ibadah yang baik. Aamiin.

kakak tingkat (Senior) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang sudah membantu, memberikan saran dan masukan. dan Sahabat-sahabat ku Anggi, Eben, Airo dan Amrullah Terimakasih yang sudah banyak membantu penulis dalam segala hal dan memberikan semangat, Dan Seluruh Teman-teman Pendidikan Ekonomi Reguler B Angkatan 2017 yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan maupun dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih atas dukungan kalian semua.

Akhir kata, Penulis mengharapkan proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat, dan Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan kesehatan kepada kita semua, Aamiin. Selanjutnya penulis menyadari bahwa penulisan proposal ini masih jauh dari kata sempurna untuk itu kritik dan saran sangat diperlukan.

Jambi, Juni 2021

Arif Rahman Hakim

RRA1A117007

**DAFTAR ISI**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING i**

**HALAMAN PENGESAHAN ii**

**MOTTO iii**

**HALAMAN PERNYATAAN iv**

**ABSTRAK v**

**KATA PENGANTAR vi**

**DAFTAR ISI ix**

**DAFTAR TABEL xii**

**DAFTAR GAMBAR xiii**

**DAFTAR LAMPIRAN xiv**

**BAB I PENDAHULUAN 1**

1.1 Kata Pengantar 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.3 Tujuan Penelitian 8

1.4 Manfaat Penelitian 9

1.5 Batasan Masalah 10

1.6 Definisi Operasional 10

**BAB II KAJIAN TEORITIK 13**

2.1 Minat Belanja Online 13

2.1.1 Pengertian Minat 14

2.1.2 Pengertian Belanja *Online* 17

2.1.3 Media Belanja *Online* 20

2.1.4 Aplikasi Belanja *Online* 21

2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Belanja *Online* 24

2.1.6 Kelebihan dan Kekurangan Belanja *Online* 25

2.1.7 Pengertian Minat Belanja *Online* 28

2.1.8 Indikator Minat Belanja *Online* 31

2.2 Kualitas Produk 31

2.2.1 Pengertian Produk 31

2.2.2 Pengertian Kualitas Produk 34

2.2.3 Indikator Kualitas Produk 38

2.3 Potongan Harga 40

2.3.1 Pengertian Harga 40

2.3.2 Pengertian Potongan Harga 44

2.3.3 Tujuan Pemberian Potongan Harga 47

2.3.4 Jenis-Jenis Potongan Harga 48

2.3.5 Indikator Potongan Harga 49

2.4 Pengaruh Antara Variabel 49

2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat

Belanja *Online* 49

2.4.2 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Mina

Belanja *Online* 50

2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap

Minat Belanja *Onlie* 51

2.5 Penelitian yang Relevan 53

2.6 Kerangka Berpikir 54

2.7 Hipotesis Penelitian 56

**BAB III METODE PENELITIAN 57**

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian 57

3.2 Desain Penelitian 58

3.3 Variabel Penelitian 58

3.4 Populasi dan Sampe Penelitian 59

3.4.1 Populasi Penelitian 59

3.4.2 Sampel Penelitian 60

3.4.3 Teknik Penarikan Sampel 62

3.5 Jenis dan Sumber Data 62

3.5.1 Jenis Data 62

3.5.2 Sumber Data 63

3.6 Instrumen Penelitian 63

3.6.1 Angket 63

3.7 Teknik Pengumpulan Data 64

3.7.1 Penyebaran Angket 65

3.7.2 Penarikan Angket 66

3.8 Uji Instrumen Penelitian 67

3.8.1 Uji Validitas 67

3.8.2 Uji Reliabilitas 68

3.9 Teknis Analisis Data 69

3.9.1 Analisis Deskriptif 69

3.9.2 Uji Prasyarat Analisis 70

3.9.3 Uji Asumsi Regresi 71

3.9.4 Pengujian Hipotesis 72

3.9.5 Koefisien Determinasi Secara Simultan (R2) 75

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 76**

4.1 Uji Coba Instrumen Penelitian 76

4.1.1 Uji Validitas 76

4.1.2 Uji Reliabilitas 79

4.2 Deskriptif Data 80

4.2.1 Deskriptif Data Kualitas Produk 80

4.2.2 Deskriptif Data Potongan Harga 83

4.2.3 Deskriptif Data Minat Belanja *Online* 86

4.3 Uji Prasyarat Analisis 89

4.3.1 Uji Normalitas 89

4.3.2 Uji Linearitas 91

4.4 Uji Asumsi Regresi 93

4.4.1 Uji Multikolinearitas 93

4.4.2 Uji Heteroskedastisitas 94

4.5 Uji Hipotesis 96

4.5.1 Uji Analisis Linear Berganda 96

4.5.2 Uji Persial (Uji t) 97

4.5.3 Uji Simultan (Uji F) 99

4.5.4 Koefisien Determinasi Secara Simultan (R *Square*) 101

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian 101

**BAB V PENUTUP 106**

5.1 Kesimpulan 106

5.2 Implikasi 107

5.2 Saran 108

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Hasil Hasil Observasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi 7

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian 57

Tabel 3.2 Populasi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi 60

Tabel 3.3 Pengukuran Skala Likert 63

Tabel 3.4 Kisi-Kisi Angket Minat Belanja *Online* 64

Tabel 3.5 Kisi-Kisi Angket Kualitas Produk 65

Tabel 3.6 Kisi-Kisi Angket Potongan Harga 65

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Angket Kualitas Produk 77

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Angket Potongan Harga 78

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Angket Minat Belanja *Online* 78

Tabel 4.4 Rekap Hasil Uji Reliabilitas 79

Tabel 4.5 Deskriptif Statistik Variabel Kualitas Produk 81

Tabel 4.6 Kelas Interval Kualitas Produk 82

Tabel 4.7 Deskriptif Statistik Variabel Potongan Harga 84

Tabel 4.8 Kelas Interval Potongan Harga 85

Tabel 4.9 Deskriptif Statistik Variabel Minat Belanja *Online* 87

Tabel 4.10 Kelas Interval Minat Belanja *Online* 88

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas *One Sampel Kolmogorof-Simornov Test* 90

Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk terhadap Minat

Belanja *Online* 92

Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas Potongan Harga dan Minat

Belanja *Online* 92

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas 93

Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas 94

Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda 96

Tabel 4.17 Hasil Uji t Kualitas Produk terhadap Minat Belanja *Online* 98

Tabel 4.18 Hasil Uji t Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* 99

Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F) 100

Tabel 4.20 Hasil Koefisien Determinasi 101

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Persentase Minat Belanja *Online* 6

Gambar 2.1 Perusahaan Shopee 21

Gambar 2.2 Logo Perusahaan Bukalapak 22

Gambar 2.3 Logo Perusahaan Lazda 23

Gambar 2.4 Bagan Paradigma Penelitian 55

Gambar 4.1 Diagram Batang Variabel Kualitas Produk 83

Gambar 4.2 Diagram Batang Variabel Potongan Harga 86

Gambar 4.3 Diagram Batang Variabel Minat Belanja *Online* 89

Gambar 4.4 Grafik Normal P-P Plot *Standardized Residual* 91

Gambar 4.5 *Scatterplot* Uji Heteroskedastisitas 95

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Tempat Penelitian 117

Lampiran 2. Surat Permohonan Izin Observasi 118

Lampiran 3. Hasil Observasi 119

Lampiran 4. Nama-Nama Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

Angkatan 2018-2019 124

Lampiran 5. From Persetujuan Tindak Lanjut Hasil Seminar 129

Lampiran 6. Surat Permohonan Izin Penelitian 130

Lampiran 7. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian 131

Lampiran 8. Kisi Instrumen Penilaian 132

Lampiran 9. Instrumen Uji Coba Penelitian 133

Lampiran 10. Instrumen Penelitian 137

Lampiran 11. Daftara Nama Responden Uji Coba Instrumen 141

Lampiran 12. Daftar Nama Responden Penelitian 142

Lampiran 13. Jumlah Responden yang Mengisi Angket di *Google Form* 145

Lampiran 14. r tabel 146

Lampiran 15. t tabel 147

Lampiran 16. F tabel 148

Lampiran 17. Tabulasi Instrumen Uji coba 150

Lampiran 18. Hasil Uji Validitas 153

Lampiran 19. Hasil Uji Reliabilitas 154

Lampiran 20. Deskriptif Statistik dan Frekuensi 158

Lampiran 21. Tabulasi Instrumen Penelitian 159

Lampiran 22. Rata-Rata Variabel Penelitian 173

Lampiran 23. Uji Prasyarat 176

Lampiran 24. Uji Asumsi Regresi 179

Lampiran 25. Hasil Uji Hipotesis 180

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi informasi dan Komunikasi mempengaruhi produsen dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Perusahaan harus mampu mengikuti perkembangan teknologi dalam transaksi perdagangannya agar dapat bersaing dalam era digital sekarang ini. Masyarakat dimudahkan dalam mengakses dunia melalui teknologi salah satunya adalah internet. Melalui internet orang dapat menemukan segala kebutuhan yang dibutuhkan, seperti pemesanan tiket hotel, makanan, dan belanja semua bisa dilakukan secara *online.* Perkembangan teknologi semakin hari juga semakin berkembang, salah satunya internet pada era tahun 1990an hanya dapat diakses melalui *computer* saja, tapi seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi internet sudah dapat diakses melalui telepon genggam *(Handphone).*

Masyarakat zaman sekarang terlebih kaum *milenial* lebih cenderung menghabiskan waktu mereka menggunakan *Handphone.* *Handphone* saat ini sudah menjadi kebutuhan *Primer* bagi masyarakat zaman sekarang. Mereka menggunakan *Handphone* tidak hanya sekedar *chattingan* di *media* sosialdan bermain *Games,* tetapi Mereka juga bisa menggunakan *Handphone* untuk berbelanja *online* melalui fitur-fitur aplikasi yang sudah tersedia. Perkembangan *Online Shop* atau Toko *Online* melalui media internet sudah meluas di Indonesia, bahkan sudah dikenal sangat baik oleh masyarakat Indonesia. Banyaknya beragam kemudahan dalam berbelanja *online* dan berbagai macam jenis produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat

Indonesia menjadikan *Online Shop* sebagai salah satu Tempat Berbelanja baru selain dipusat perbelanjaan. Hal ini banyak membuat Toko yang ada di *Online Shop* berlomba-lomba menawarkan produknya dengan berbagai cara untuk menarik konsumen berbelanja, mereka memanfaatkan keadaan dimana *Online Shop* atau Tempat Perbelanjaan *Online* Seperti Shopee, Lazada, Bukalapak, dan lain sebagainya sedang diminati oleh Masyarakat Indonesia sampai saat sekarang ini. Belanja *Online* adalah kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media internet. Dengan belanja Online seorang konsumen bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang khendak ia beli melalui web yang dipromosikan oleh penjual. Kegiatan belanja *online* merupakan kegiatan komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melaiankan dapat dilakukan secara terpisah melalui media *Notebook, computer,* atau *Handphone* yang tersambung dengan layanan akses internet.

Namun, meskipun konsumen bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang khendak ia beli, biasanya ada beberapa hal yang dipertimbangkan oleh seorang konsumen atau pembeli sebelum berbelanja online, yaitu: Kualitas Produk dan Harga. Biasanya ditoko-toko *online* seperti yang ada di Aplikasi *Shopee, lazada,* bukalapak dan lainnya suka memberikan potongan harga atau diskon untuk menarik minat beli konsumen. Meskipun begitu masih banyak konsumen yang lebih memilih memperhatikan kualitas produk dibanding harga. Menurut Khairinal (2017: 224), produk adalah barang atau jasa yang dibuat ditambah nilai gunanya dalam proses produksi sehingga menjadi barang setengah jadi dan menjadi barang jadi, siap dijual untuk dipakai. Untuk menarik minat beli konsumen terhadap suatu produk atau barang yang ditawarkan, produsen perlu memperhatikan kualitas produk mereka. Menurut Kotler dan Armstrong(2012: 230) mengatakan kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat *(benefits)* bagi pelanggan.

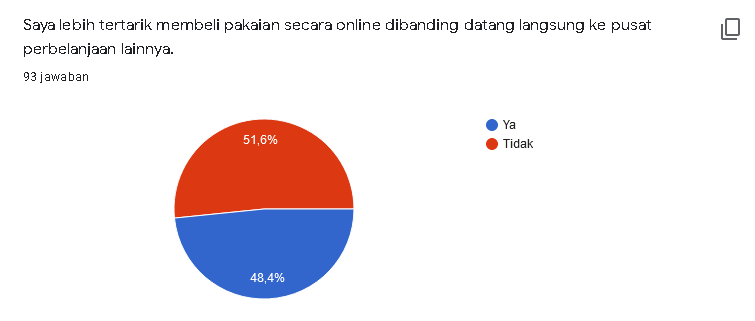
Dalam berbelanja *online* yang dipertimbangkan konsumen selain kualitas produk, yaitu harga. Bagi sebagian masyarakat tingkat harga menjadi salah satu simbol dari kualitas produk yang ditawarkan. Semakin tinggi harga produk pada umumnya kualitas produk yang bersangkutan tinggi juga, sebaliknya semakin rendah harga semakin rendah juga kualitas produk. Pendapat tersebut sebenarnya kurang tepat, karena tinggi rendahnya kualitas produk bukan hanya ditentukan oleh faktor harga. Menurut Suparyanto dan Rosad (2015: 141) mengatakan, harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk.

Sedangkan potongan harga menurut Tjiptono (dalam Rizky dan Supandi, 2015) adalah diskon yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. para Konsumen tertarik untuk mendapatkan harga yang pantas. Sedangkan Menurut Assauri (2009: 126) Harga yang pantas berarti nilai yang dipersepsikan pantas saat transaksi dilakukan. Kunsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan harga yang mahal berarti mempunyai kualitas yang baik, sedangkan apabila harga yang murah mempunyai kualitas yang kurang baik. Berbeda dari pendapat Tjiptono, Philip Kotler(dalam Meigie, James, dan Maria, 2017) menyatakan, potongan harga (diskon) adalah pengurangan harga yang diberikan perusahaan dalam periode tertentu dan untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Berdasarkan definisi diatas, disimpulkan bahwa potongan harga adalah nilai yang diberikan sebagai bentuk pengurangan biaya dalam proses pembayaran.

Ada beberapa faktor yang harus diketahui oleh para produsen khususnya pemilik toko *Online Shop* yang mana dapat mempengaruhi minat seseorang khususnya Mahasiswa Pendidikan Ekonomi untuk Berbelanja Online, yaitu: kenyamanan, Kelengkapan Informasi, ketersediaan produk dan jasa, dan Efisiensi biaya dan waktu. Didalam memutuskan pembelian produk konsumen memerlukan beberapa pertimbangan, antara lain: kualitas, harga, merk dan lain sebagainya.

Pendidikan Ekonomi merupakan salah satu Program Studi yang ada di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi. Program studi pendidikan ekonomi atau ilmu ekonomi merupakan salah satu program studi tertua dalam dunia pendidikan tinggi. Program studi pendidikan ekonomi juga memberikan wawasan tentang isu-isu pembangunan sosial ekonomi. di prodi pendidikan ekonomi kita akan diasah untuk menjadi seorang ahli ekonomi atau sebagai seorang guru ekonomi. program studi pendidikan ekonomi juga cocok buat kalian yang punya minat dalam dunia bisnis dan jual beli. Dimana Mahasiswa pendidikan ekonomi juga banyak memanfaatkan kemajuan teknologi seperti *Handphone* untuk berbelanja *online* melalui fitur aplikasi seperti *Shopee, Lazada,* Bukalapak dan Aplikasi belanja *Online* lainnya.

Saat peneliti melakukan observasi awal melalui angket yang disebar ke *Group WhatsApp* pada bulan Desember 2020 sampai bulan januari 2021 di Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi. Dari data yang dikumpulkan peneliti pada observasi awal melalui angket yang disebar ke *Group WhatsApp*, mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 dan 2019 lebih cenderung untuk datang langsung ketoko atau perusahaan dibanding berbelanja melalui situs *online* ketika hendak membeli barang atau produk. Hal ini dapat dilihat dari jumlah persentase Mahasiswa yang mengisi angket yang disebar melalui *Group WhatsApp,* ada pun jumlah persentasenya sebagai berikut:



Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1cU8gmPg3TOx0OPoW8tzqlxD6hKS3mO>

yRIMXfu\_B3jM/edit

**Gambar 1.1 Persentase Minat Belanja *Online***

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi fakultas keguruan dan ilmu pendidikan universitas jambi masih kurang. Kenyataan bahwa minat belanja *online* mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2018 dan 2019 masih rendah dan bervariasi. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1 Data Hasil Hasil Observasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Instrumen | Jumlah Responden | Persentase | |
| Ya | Tidak |
| 1 | Saya Membeli Produk Pakaian karena motifnya yang menarik. | 93 | 89,2% | 10,8% |
| 2 | Besaran Potongan Harga yang diberikan oleh pemilik Toko *Online* pada suatu Pakaian menambah minat saya untuk berbelanja *Online.* | 93 | 66,7% | 33,3% |
| 3 | Saya lebih tertarik membeli pakaian secara *online* disbanding datang langsung ke pusat perbelanjaan lainnya. | 93 | 48,8% | 51,6% |
| Yang tidak mengisi Angket Observasi | | 70 Mahasiswa | | |
| Jumlah Mahasiswa | | 163 Orang | | |

Sumber: diolah oleh peneliti terlampir dari instrumen Observasi

Dari tabel hasil observasi diatas terlihat bahwa mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2018 dan 2019 yang berbelanja *online* memilik persentase sebesar 48,8%. yang mana dari 93 Responden yang mengisi angket observasi Penelitian ada 45 Responden yang menjawab Iya dengan Persentase Sebesar 48,8%, dan ada 48 Responden yang menjawab Tidak dengan persentase sebesar 51,6%. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi untuk membeli barang atau produk melalui situs *online*. Sebagai solusinya maka pemilik perusahaan atau toko *online* perlu memperhatikan produk yang dijual sehingga dapat meningkatkan minat mahasiswa atau konsumen untuk berbelanja *online*. Ada beberapa faktor yang menjadi penentu minat seseorang atau konsumen untuk berbelanja *online* yaitu kualitas produk yang dijual oleh toko *online*. menurut Habibah dan Sumiati (2016) mengatakan kualitas produk (*Product quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Hal tersebut menjadi faktor utama yang dapat dilihat langsung oleh pembeli atau konsumen, jika produk yang kita jual baik dan memenuhi standar kelayakan maka hal demikian akan membuat konsumen kita merasa puas dan senang terhadap produk kita sehingga hal demikian akan membuat konsumen tersebut kembali lagi ke toko kita. Selain kualitas Produk, Hal lain yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berbelanja *online* adalah potongan harga atau diskon yang kita berikan kepada konsumen kita.

Menurut Anggun, Heryanto, dan Astuti (2018) potongan harga adalah salah satu strategi yang dianggap sangat efektif pada saat ini. Tujuan dari diadakannya potongan harga adalah untuk menjaga stabilitas perputaran uang. Perputaran uang ini digunakan untuk membiayai operasional, tenaga kerja dan biaya lain yang terkait dengan daur hidup perusahaan. sedangkan Menurut Rahmat (2018) potongan harga secara sederhana diartikan sebagai sebuah penawaran dari penjual atau pemasok kepada pembeli dengan mengurangi harga jual jika pembayaran atau transaksi dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Jika harga yang kita tawarkan ke konsumen kita sesuai dengan yang mereka inginkan, maka hal tersebut juga akan membuat konsumen kembali lagi ke toko kita.

Namun, masalah utama yang dialami sebagian pemilik toko *online shop* adalah pemberian harga yang diberikan apakah sudah sesuai dengan harga yang diharapkan konsumen atau belum. Oleh karena itu pemiliki toko *Online shop* dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan harga sesuai dengan kualitas produk yang mereka jual atau tawarkan. Menjalin hubungan yang baik dengan konsumen perlu dilakukan agar kualitas produk dan potongan harga yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Berdasarkan berbagai latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul: “**Pengaruh Kualitas Produk dan dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja Online pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi”.**

**1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.
2. Apakah terdapat pengaruh potongan harga terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan potongan harga terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

**1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.
2. Untuk Mengetahui pengaruh potongan harga terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.
3. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas produk dan potongan harga terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

**1.4 Manfaat Penelitian**

Kegunaan dari manfaat peelitian sendiri mempunyai dua hal, yaitu: mengembangkan ilmu pengetahuan (secara *teoritis* dan *praktis*) dan membantu mengatasi, memecahkan dan mencegah masalah yang ada pada *objek* yang diteliti. Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai maka ada beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadikan penambahan wawasan pengetahuan tentang teori-teori yang berhubungan dengan kualitas produk dan potongan harga terhadap minat belanja *online*.

1. Manfaat Praktis
2. Bagi Produsen

Adapun manfaat dari penelitian ini, dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi produsen khususnya yang mempunyai toko *online shop* untuk meningkatkan kualitas produk terhadap minat belanja online konsumen.

1. Bagi Konsumen

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada konsumen agar terlebuh dahulu memperhatikan kualitas produk sebelum berbelanja online.

1. Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya dapat dijadikan bahan pertimbangan dan refrensi terhadap penelitian yang relevan.

**1.5 Batasan Masalah**

Batasan masalah adalah ruang lingkup masalah atau upaya membatasi ruang lingkup masalah yang terlalu luas atau lebar sehingga peneliti bisa lebih fokus untuk melakukan penelitiannya. Untuk itu peneliti memberi batasan masalah dalam penelitian ini. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti dilakukan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 dan Angkatan 2019.
2. Kualitas Produk dalam penelitian ini merupakan kualitas produk pakaian Remaja yang dibeli melalui situs *online* atau aplikasi *online.*
3. Potongan Harga dalam penelitian ini merupakan potongan harga yang diberikan oleh perusahaan atau pemilik toko *online* pada saat Berbelanja *online.*
4. Minat yang diukur adalah minat belanja *online* pada mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi.

**1.6 Definisi Operasional**

1. Minat Belanja Online

Minat Belanja (*intention to buy*) atau yang lebih dikenal dengan niat beli berhubungan dengan rencana dan keinginan konsumen untuk membeli produk tertentu, serta jumlah unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Minat belanja merefleksikan pernyataan mental konsumen terkait dengan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Minat belanja juga bisa dikatakan sebagai suatu proses perencanaan pembelian suatu produk yang akan dilakukan oleh konsumen dengan mempertimbangkan berbagai hal, diantaranya adalah banyak unit produk yang dibutuhkan dalam periode waktu tertentu, merek, dan sikap konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut. minat belanja diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Belanja atau membeli yang dilakukan dengan media *online* adalah keinginan seseorang untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen melalui media *online.* Adapun indikator dari minat belanja *online* adalah: (1) Minat Transaksional, (2) Minat Referensial, (3) Minat Preferensial, (4) Minat Eksploratif.

1. Kualitas Produk

Kualitas Produk adalah adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. kualitas produk juga dapat dikatakan sebagai keadaan tentang suatu barang yang akan dijual dari perusahaan yang sudah memiliki kualitas mutu yang tinggi dan tidak dimiliki oleh produk yang dikeluarkan oleh perusahaan pesaing, jadi perusahaan yang membuat produk tersebut lebih memfokuskan kualitas produk yang dihasilkan dan sebelum produknya dipasarkan perusahaan akan mencari tahu tentang produk pesaing, produk yang mempunyai tampilan yang menarik dan penampilan yang terbaik belum tentu kualitas produk tersebut tinggi. kualitas produk juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang diciptakannya, karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan para konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. Adapun Indikator Kualitas Produk adalah sebagai berikut: (1) Bentuk (*Form*), (2) Fitur (*Feature*), (3) Kinerja (*Performance*), (4) Kesan Kualitas *(Perceived quality),* (5) Ketahanan *(durability),* (6) Keandalan *(Reliability),* (7) Kemudahan Perbaikan *(Repairability),* (8) Gaya *(Style),* (9) Desain *(Design),* (10) Kemampuan Produk, (11) Fungsi Produk, (12) Kelebihan Produk, (13) Nilai Produk, (14) Rasanya yang enak dan (15) Daya Tahan Konsumen.

1. Potongan Harga

potongan harga adalah diskon yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Atau juga bisa dikatakan sebagai pengurangan harga yang diberikan perusahaan dalam periode tertentu dan untuk meningkatkan penjualan suatu produk. potongan harga juga dapat dikatakan sebagai potongan tunai yang ditawarkan untuk diberikan kepada para konsumen yang akan membeli produk yang kita tawarkan. diskon atau potongan harga memiliki daya kekuatan sendiri dalam proses tawar menawar suatu produk, sehingga akan menciptakan keadilan harga. potongan harga adalah diskon yang diberikan pada setiap barang yang dijual secara *offline* maupun *online* agar produknya diminati oleh banyak pembeli. Adapun Indikator dari Potongan Harga adalah sebagai berikut: (1) Besarnya Potongan Harga, (2) Masa Potongan Harga, (3) Jenis Produk yang mendapatkan Potongan Harga.

**BAB II**

**KAJIAN TEORITIK**

1. **Minat Belanja Online**

Menurut Crow dan Crow (dalam Chaplin. 2002: 218) minat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

1. Faktor Dorongan dari dalam (*Internal*)

Suatu keinginan yang sifatnya berasal dari diri sendiri tanpa dipengaruhi oleh keadaan diluar diri, sehingga menimbulkan dorongan untuk bertindak memenuhi keinginan tersebut. Misalnya: Seseorang Ingin berbelanja *online* hal ini disebabkan berdasarkan pengalamannya bahwa belanja *online* itu mudah dilakukan karena tidak perlu datang langsung kepusat perbelanjaan, akhirnya tindakannya adalah setiap ingin membeli suatu produk, orang tersebut selalu membelinya secara *online.*

1. Faktor Sosial (*External*)

Faktor External adalah Suatu keinginan yang sifatnya apabila keinginan seseorang dapat tercapai maka akan mendapat atau memperoleh persetujuan dan dapat diterima oleh lingkungan.

1. Faktor Emosi

Faktor Emosi sendiri Berkaitan erat dengan perasaan senag atau tidak senang, puas atau tidak puas. Apabila suatu keinginan seseorang tercapai atau sukses maka akan menimbulkan rasa senang dan memperkuat minat. Sebaliknya jika keinginan itu gagal maka akan menghilangkan minat itu sendiri.

**2.1.1 Pengertian Minat**

Pada setiap orang, minat berperan sangat penting dalam kehidupannya. Minat mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap orang tersebut. Pengertian minat menurut bahasa *(Etimologi),* ialah usaha dan kemauan untuk mempelajari *(Learning)* dan mencari sesuatu. Secara *(Terminologi),* minat adalah keinginan, kesukaan dan kemauan terhadap seseuatu hal. Menurut Djaali (2018: 121) minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri sendiri. Semakin kuat atau dekaat hubungan tersebut, maka semakin besar minatnya.

Menurut Djaali (2018: 122) minat adalah perasaan ingin tahu, mempelajari, mengagumi atau memiliki sesuatu. Disamping itu minat merupakan bagian dari ranah afeksi, mulai dari kesadaran sampai pada pilihan nilai. Secara sederhana menurut wahab (2015: 28), minat *(interest)* berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Menurut Darmadi (2017: 307) minat merupakan suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikannya lebih lanjut. Minat timbul karena adanya perhatian yang mendalam terhadap suatu objek, dimana perhatian tersebut menimbulkan keinginan untuk mengetahui, mempelajari, serta membuktikan lebih lanjut. Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Semakin sering minat diekspesikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut, sebaliknya minat akan menjadi pupus kalau tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya. Sedangkan Menurut Kurniati (2015: 68) mengatakan minat pada dasarnya adalah penerimaan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri pribadi sehingga kedudukan minat tidaklah stabil karena dalam kondisi-kondisi tertentu, minat dapat berubah-ubah, tergantung faktor-faktor yang mempengaruhinya. Sedangkan Darmadi 2017: 307 mendefinisikan minat sebagai kesadaran seseorang, bahwa suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Jadi minat harus dipandang sebagai suatu sambutan yang sadar, kalau tidak demikian minat itu akan tidak memiliki Arti sama sekali.

Menurut Slameto (2015: 180), minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pasa suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal dari pada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Seseorang yang memiliki minat terhadap subjek tertentu cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap subjek tersebut. Menurut Juri dan Suparno, (2020: 82) mengatakan bahwa minat itu bersifa subyektif, dalam artian minat tersebut pada awalnya berasal dari dalam diri setiap individu. Minat baru dapat terlihat apabila sudah diimplementasikan melalui perbuatan dan tindakan. Minat merupakan sumber motivasi kita berbuat sesuatu, misalnya berbelanja dan berupaya untuk memperoleh kegembiraan dari apa yang kita minati. Pada semua tahap usia minat memainkan peranan penting dalam kehidupan dan berdampak atas perilaku dan sikap. Minat dapat diartikan pula sebagai suatu kecendrungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang. Minat mengandung unsur yang terdiri dari kognisi (mengenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Unsur kognisi dalam arti minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat tersebut. Unsur emosi karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (perasaan senang). Sedangkan unsur konasi merupakan kelanjutan dari kedua unsur tersebut yaitu yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan, termasuk kegiatan berbelanja.

Berdasarkan pendapat para Ahli yang dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikannya lebih lanjut. Minat juga dapat dikatakan sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pasa suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal dari pada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Minat dapat diartikan pula sebagai suatu kecendrungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang. Minat mengandung unsur yang terdiri dari kognisi (mengenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Unsur kognisi dalam arti minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat tersebut. Unsur emosi karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (perasaan senang). Sedangkan unsur konasi merupakan kelanjutan dari kedua unsur tersebut yaitu yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan, termasuk kegiatan berbelanja.

**2.1.2 Pengertian Belanja *Online***

Menurut Anang (2020: 44) belanja *online* adalah aktivitas pembayaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet dan jaringan komputer. Belanja *online* juga dapat didefinisikan sebagai aktivitas penggunaan teknologi informasi dan komunikasi pengolahan digital dalam melakukan transaksi bisnis untuk menciptakan, mengubah, dan mendefinisikan kembali hubungan antara penjual dan pembeli. Secara sederhana menurut Anang (2020: 45) belanja *online* dapat diartikan sebagai aktivitas transaksi jual beli barang, servis atau transmisi dana atau data dengan menggunakan elektronik yang terhubung dengan internet.

Menurut Luodon (dalam Anang, 2020: 45) belanja *online* adalah suatu proses transaksi yang dilakukan oleh para pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi yang dilakukan. Sedangkan menurut Vermaat (dalam Anang, 2020: 46) mengatakan belanja *online* adalah transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet. Dengan kata lain, siapapun yang memiliki jaringan internet dapat melakukan belanja *online.* Menurut Sarwandi (2016: 4) belanja *Online* adalah tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan. Menurut Sari (2015: 03) mengatakan bahwa, belanja *online* (*Online Shopping*) merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet sehingga pengunjung *online* dapat melihat barang-barang di toko *online.* Konsumen juga bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto-foto atau bahkan juga video. Belanja *online* memberikan berbagai perubahan termasuk barang-barang yang dikonsumsi hingga perbedaan proses transaksi.

Sedangkan menurut Sudangga dan Made (2019) belanja *online* merupakan salah satu dari bentuk perdagangan melalui elektronik yang dipakai untuk melakukan kegiatan transaksi dari penjual kepada penjual atau dari penjual ke konsumen. Toko *online* ibarat salah satu bentuk dari penjualan dan pembelian yang melalui perantara jejaring sosial yang memudahkan agar pembeli tidak datang lagi langsung ke *store* untuk mengecek dan membeli apapun yang mereka inginkan, dikarenakan adanya berbelanja melalui perantara media *online* bisa dengan mudah melihat dan memilih barang yang diinginkan langsung dari internet serta kemudian melakukan pemesanan barang tersebut sesuai khendak melalui transfer uang yang kemudian barang akan dilakukan pengiriman oleh penjual sampai kerumah pembeli. Menurut Selviana dan Retno (2019) Belanja *Online* (*online shoping*) adalah proses yang dapat membuat konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dari seorang penjual secara interaktif dan *real time* melalui internet tersebut. Menurut Aldrich (dalam dedy dan dita, 2018) mengatakan belanja *online* ditemukan oleh pengusaha inggris Michael Aldrichpada tahun 1997. Belanja *online* merupakan bagian dari *e-commerce* yang merajuk pada aktivitas bisnis dengan memanfaatkan teknologi komunikasi seperti internet sebagai mediumnya. *E-Commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and services*) dengan menggunakan media elektronik. Menurut Hasan dan Rozi (2020) mengatakan belanja *online* dapat dikatakan sebagai manifestasi budaya massa yang bersifat fantasi. Dalam belanja *online* kegiatan belanja berubah fungsi sebagai pengisi waktu senggang (*leisure* *time*) atau tempat menghabiskan uang. Berdasarkan riset *iprice Group* yang dirilis pada februari 2019, persaingan antara *platform e-commerce* di Indonesia pada akhir 2018 menarik perhatian banyak pihak. Pendanaan baru dan kolaborasi dengan perusahaan *e-money* menjadi topik paling hangat dalam industri ini di penghujung tahun. Termasuk, promo *chasback* dan *end year* *sale* tidak menambah daya tarik untuk berbelanja *online.*

Menurut pendapat dari berbagai ahli dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Belanja *Online* adalah adalah aktivitas pembayaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet dan jaringan komputer. Belanja *Online* (*online shoping*) juga bisa dikatakan sebagai proses yang dapat membuat konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dari seorang penjual secara interaktif dan *real time* melalui internet tersebut. atau sebagai manifestasi budaya massa yang bersifat fantasi. Atau juga bisa dikatakan sebagai manifestasi budaya massa yang bersifat fantasi. Dalam belanja *online* kegiatan belanja berubah fungsi sebagai pengisi waktu senggang (*leisure* *time*) atau tempat menghabiskan uang.

**2.1.3 Media Belanja *Online***

Petra dan Christina (2012) mengelompokkan media belanja *Online* menjadi 3, yaitu:

1. *Blog*

Salah satu media yang menampilkan belanja dari atau *online* antara lain adalah *blog.* *Blog* merupakan layanan *web* gratis dimana pelaku usaha daring atau *online* menggunakan *blog* sebagai toko *online* yang ia punya untuk menjual sekaligus sekaligus mempromosikan barang dan jasa yang ia tawarkan kepada calon konsumen. Karena sifatnya yang mudah di Modifikasi oleh penggunanya, maka belanja *online* melalui media blog memiliki resiko yang besar karena pembeli cukup sulit mengetahui reputasi dari penjual.

1. Situs *Web*

Ada banyak situs web yang menyediakan layanan belanja daring atau *online* baik *web* local maupun *web* internasional. Biasanya terdapat keranjang belanja dimana calon pembeli dapat memilih produk yang akan dibeli. Selain dengan keranjang belanja, pembeli juga dapat langsung menghubungi penjual agar transaksi langsung dapat dilakukan melalui telepon atau email seperti yang dilakukan oleh jasa pembuatan toko *online.*

1. Situs Jejaringan Sosial

Seiring dengan maraknya pertumbuhan situs jejaringan sosial didunia, media *social networking* ini juga dilirik oleh pelaku belanja daring atau *online* untuk memasarkan produknya. Penjual akan mengunggah barang yang ia tawarkan kemudian disebarkan melalui *Massaging* atau *fitur photo sharing.*

**2.1.4 Aplikasi Belanja *Online***

1. *Shopee*



Sumber: industri.kontaan.co.id

**Gambar 2.1 Perusahaan Shopee**

Menurut Irsa, Mahdiyah, dan Riska (2019) *Shopee* adalah sebuah perusahaan *E-commerce* dimana perusahaan tersebut bagian pada awalnya berasal dari garena atau sekarang dikenal dengan SEA Group yang merupakan salah satu perusahaan Internet dikawasan Asia Tenggara. Pada tahun 2015, PT *Shopee Internasional* Indonesia mulai memperkenalkan *Shopee* kepada Masyarakat. Masyarakat begitu Antusias menggunakan aplikasi *Shopee* yang membuat *shopee* berkembang sangat cepat. Bahkan, jutaan orang telah menggunakan aplikasi *Shopee.* Agar penjual dan pembeli lebih mudah dalam hal interaksi, *shopee* menawarkan fitur *live chat.* Kini masyarakat Indonesia Indonesia dibuat mudah untuk berbelanja kebutuhannya dengan cara baru melalui belanja *online* melalui aplikasi *shopee.*

Tidak hanya itu, penjual menjadi mudah untuk menjual produknya di *shopee* dan pembeli diuntungkan dengan proses pembayaran yang aman dan mudah. Selain itu Shopee juga memiliki berbagai fitur diantaranya adalah Koin Emas atau Koin Shopee yang dapat dimanfaatkan oleh pembeli sebagai potongan harga saat melakukan transaksi pembelian. Koin shopee bisa didapatkan dengan berbagai caranya, seperti games, *check in* setiap hari, penilaian produk saat selesai menerima barang, promo *chashback,* dan lain sebagainya.

1. Bukalapak



Sumber: inet.detik.com

**Gambar 2.2 Logo Perusahaan Bukalapak**

Menurut Raditian (2017) Bukalapak merupakan salah satu perusahaan daring *(Online marketplace)* terbesar di Indonesia. Sebagai pasar bukalapak tidak memproduksi barang untuk dijual kepada calon pembeli, melainkan hanya menyediakan media bagi para pelapak yang ingin memiliki lapak dimana mereka bisa menawarkan produk kepada calon pembeli. Dengan kata lain operasi bisnis bukalapak bersifat konsumen ke konsumen *(Costumers to Costumers).* Dengan jumlah karyawan lebih dari 1000 dan pengunjung lebih dari 25 Juta, bukalapak menjadi perusahaan pasar daring paling besar di Indonesia. Bukalapak merupakan perusahaan berbasis daring yang fokus pada pemberdayaan masyarakat terutama para pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia.

1. Lazada



Sumber: teknologi.bisnis.com

**Gambar 2.3 Logo Perusahaan Lazda**

Menurut Lintang (2018) *Lazada online mall* merupakan salah satu situs *online* terbesar di Indonesia yang menonjolkan rasionalitas belanja. Sedangkan Menurut Umar, Hairudin dan Maria (2020) *Lazada.co.id* adalah situs belanja *online* yang menawarkan berbagai macam produk, mulai dari *elektronik,* buku, mainan anak dan pelengkap bayi, alat kesehatan dan produk kecantikan, produk rumah tang, serta perlengkapan traveling dan olahraga. Lazada.co.id merupakan bagian dari Lazada Group yang telah beroperasi di Singapura, Malaysia, Indonesia, Vietnam, Thailand dan Filipina dengan Singapura sebagai lokasi kantor pusat mereka. *Lazada.co.id* menawarkan solusi mudah bagi konsumen yang hendak membeli barang secara *online.* Situs *lazada.co.id* ini merupakan cabang anak perusahaan jaringan perusahaan internet Jerman, *Rocket* internet dan sudah beroperasi sejak Januari 2012. Menurut Donni (2016) *Lazada.co.id* memberikan pengalaman berbelanja secara *online* layaknya berbelanja di *mall* namun bersifat *Online.*

*Lazada.co.id* memberikan kemudahan seperti geransi uang kembali, pengiriman gratis, serta *Cash on Delivery* (COD) ke lebih dari 100 kota di Indonesia. Saat ini *Lazada* terus mendorong peningkatan keputusan konsumen untuk berbelanja *online* di *lazada.* Dengan adanya *online mall* semacam lazada, masyarakat mulai memilih untuk berada didepan laptop atau *gadget* selama berjam-jam untuk mendaftar pada situs *online mall*, memilih produk, memasukkan ke dalam troli virtual, mengisi formulir untuk berbelanj, melakukan pembayaran, dan menunggu pengiriman barang yang dipesan selama beberapa hari, dari pada keluar rumah atau mengantri didepan kasir toko.

**2.1.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Belanja *Online***

Ketika seseorang pembeli berbelanja *online*, Menurut Petra dan Christina, (2012) ada dua faktor yang menjadi pertimbangan mereka, yaitu:

1. Faktor Kepercayaan

Kepercayaan pembeli terhadap *website* *online* *shopping* terletak pada popularitas *website online shopping* tersebut. Semakin popular suatu *website,* maka pembeli lebih yakin dan percaya terhadap *reliabilitas website* tersebut.

1. Faktor Kemudahan *(Ease of Use)*

Suatu sistem *online* yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh *user.* Selain itu, kemudahan digunakan juga merupakan faktor utama yang berpengaruh terhadap penggunaan *online shopping.* Kemudian akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga).

**2.1.6 Kelebihan dan Kekurangan Belanja *Online***

Menurut Masruri (2015: 1) Perkembangan teknologi yang pesat saat ini telah berhasil menguasai berbagai bidang, termasuk bidang ekonomi. timbulnya kecanduan akan media sosial bagi masyarakat, juga ketergantungan masyarakat terhadap apa yang diinformasikan melalui situs-situs di internet, membuat ranah internet kini telah menjadi media komunikasi massa yang tidak hanya memberikan kesenangan saja, melainkan juga keuntungan. Bagi sebagian orang yang sudah mengetahui seluk beluk dunia maya, atau bisa dikatakan paham dengan bisnis *online* merasa bahwa toko *online* memiliki prospek yang sangat bagus untuk kedepannya. Maka lain lagi bagi masyarakat yang awam akan bisnis *online*, tak sedikit orang yang masih memberikan gambaran negatif mengenai toko *online*. Menurut Masruri (2015: 2) ada 5 (lima) kelebihan belanja *online,* yaitu:

1. Waktu Fleksibel

Di tengah-tengah kesibukan yang kita hadapi, kita dapat membeli barang yang kita inginkan tanpa harus menghabiskan banyak waktu dijalan. Memilih dari satu toko ke toko lain, yang tentunya juga membutuhkan banyak waktu.

1. Banyak Pilihan

Dengan menjamurnya toko *online* di Indonesia maupun luar negeri, kita memiliki banyak sekali pilihan tentang barang yang kita inginkan. Bahkan biasanya, dalam satu toko *online* saja menawarkan beberapa variasi dan model pada setiap barangnya.

1. Tidak tergesa-gesa

Belanja *online* itu santai, karena waktu yang kita miliki untuk *membrowsing internet* sambil melakukan pekerjaan yang lain. Waktu yang fleksibel juga tidak membuat kita tergesa-gesa dalam berbelanja atau memilih barang, sehingga memperkecil peluang untuk salah memilih barang karena tidak cocok, yang biasanya menimbulkan penyesalan pada diri sendiri.

1. Mudah memeriksa barang yang akan dibeli

Meskipun tidak melihat barangnya secara langsung dengan mata kepala sendiri, setidaknya pada *website* jual beli *online* ada informasi mengenai spesifikasi barang yang dipaparkan scara rinci. Dengan kelengkapan informasi tersebut, jika ada yang kurang jelas dan belum yakin, kita bisa menanyakannya kepada admin dan bernegosiasi.

1. Mudah mendapatkan informasi mengenai promo dan diskon

Bagi penikmat belanja, tentunya banyak yang mencari harga promo dan diskon. Di belanja *online,* kita dapat menemukan informasi ini dengan mudah dan berlangganan *website* tersebut, atau mengakses laman toko *online* tersebut. Kita dapat mengeceknya 24 jam, sekaligus mengetahui kapan masa berlaku harga promo atau diskon tersebut.

Setelah mengetahui kelebihan belanja *online*. Menurut Masruri (2015: 3) ada 4 (empat) kelemahan belanja *online,* yaitu:

1. Salah kirim

Salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah mencantumkan nama, nomor telepon yang bisa dihubungi, dan alamat yang lengkap. Karena kemungkinan salah kirim dan barang tidak sampai karena alamat tidak ditemukan, bisa saja terjadi.

1. Salah pilih barang

Kunci belanja *online* adalah teliti. Jika kita mngklik suatu barang untuk dibeli, perhatikan kembali baik-baik apakah barang tersebut yang kita maksud. Melakukan konfirmasi ulang dengan pihak toko *online* juga perlu, untuk mencegah terjadinya salah barang.

1. Tidak melihat barang secara nyata

Ini sudah pasti. Barang yang ditawarkan hanya berupa gambar atau foto berupa katalog saja. Kita tidak bisa menyentuhnya, memegangnya, dan memeriksa keadaan barang, apakah ada yang cacat, lecet, rusak, sesuai ukuran dan lain sebagainya.

1. Penipuan

Inilah yang sering terjadi. Menjamurnya penipuan berkedok toko *online* membuat kita harus waspada jika melakukan aktivitas ini. Tidak bertemunya kedua bela pihak secara langsung menjadikan celah peluang bagi para pelaku untuk melarikan uang konsumen. Sudah memesan, sudah deal, sudah kirim uang, tapi barang tidak kunjung sampai. Maka dari itu kita perlu berhati-hati.

**2.1.7 Pengertian Minat Belanja *Online***

Menurut Anita, yulya dan Tika (2018) belanja *Online* adalah kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media internet. Melalui belanja lewat internet seseorang pembeli bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak ia belanjakan melalui *web* yang dipromosikan oleh penjual. Kegiatan belanja *Online* merupakan bentuk kominikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara terpisah ke seluruh dunia melalui media *notebook, computer,* ataupun *handphone* yang tersambung dengan layanan akses internet.

Menurut Usman dan Firman (2018) Minat Belanja (*intention to buy*) atau yang lebih dikenal dengan niat beli berhubungan dengan rencana dan keinginan konsumen untuk membeli produk tertentu, serta jumlah unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Minat belanja merefleksikan pernyataan mental konsumen terkait dengan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Minat belanja terbentuk dari sikap konsumen terhadap produk dan keyakinan konsumen terhadap kualitas produk. semakin rendah keyakinan konsumen terhadap suatu produk akan berpengaruh terhadap turunnya minat belanja konsumen. Menurut Engel, Blackwel,dan Miniard (dalam Usman dan Firman, 2018) terdapat dua kategori minat pembelian konsumen, yaitu: (1) Produk dan Merek, dan (2) Kelas Produk. kategori pertama dirujuk sebagai pembelian yang terencana sepenuhnya, karena pada kategori ini konsumen lebih bersedia menginvestasikan waktu dan energi dalam berbelanja dan membeli. Kategori kedua sebagai pembelian yang terencana walaupun pilihan merek dibuat ditempat penjualan.

Menurut Kotler dan Keller (dalam Umar Hairudin dan Maria 2020) menyatakan bahwa minat belanja konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan. Menurut Ali Hasan (dalam Ulfiyani, 2020) minat belanja merupakan kecendrungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan guna berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Minat belanja juga berupa bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengonsumsi. minat belanja adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, sehingga menimbulkan ketertarikan pada suatu produk untuk membeli produk tersebut. Minat beli konsumen akan timbul dengan sendirinya jika konsumen sudah merasa tertarik tentunya konsumen memberikan respon yang positif terhadap apa yang ditawarkan.

Menurut Meldarianda dan Lisan (dalam Rosian dan Wijaya, 2016)menyatakan bahwa yang dimaksud dengan minat belanja adalah suatu proses perencanaan pembelian suatu produk yang akan dilakukan oleh konsumen dengan mempertimbangkan berbagai hal, diantaranya adalah banyak unit produk yang dibutuhkan dalam periode waktu tertentu, merek, dan sikap konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut. Sementara Menurut Nugraha (dalam Rosian dan Wijaya, 2016) menjelaskan bahwa minat belanja diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat yang muncul dalam dalam melakukan pembelian menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu kegiatan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Belanja atau membeli yang dilakukan dengan media *online* adalah keinginan seseorang untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen melalui media *online*, Rubianti (dalam Rosian dan Wijaya, 2016). Menurut Islam (dalam Indra, 2020) minat beli pelanggan adalah tahapan pelanggan dalam memilih beberapa merek dari beberapa pilihan merek suatu produk. kemudian dilanjutkan ke tahap pembelian terhadap merek produk yang diinginkan sehingga terjadi transaksi jual beli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan.

Dari berbagai pendapat teori dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Minat Belanja (*intention to buy*) atau yang lebih dikenal dengan niat beli berhubungan dengan rencana dan keinginan konsumen untuk membeli produk tertentu, serta jumlah unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Minat belanja merefleksikan pernyataan mental konsumen terkait dengan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Minat belanja juga bisa dikatakan sebagai suatu proses perencanaan pembelian suatu produk yang akan dilakukan oleh konsumen dengan mempertimbangkan berbagai hal, diantaranya adalah banyak unit produk yang dibutuhkan dalam periode waktu tertentu, merek, dan sikap konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut. minat belanja diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Belanja atau membeli yang dilakukan dengan media *online* adalah keinginan seseorang untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen melalui media *online.* minat beli pelanggan adalah tahapan pelanggan dalam memilih beberapa merek.

**2.1.8 Indikator Minat Belanja *Online***

Menurut Adji dalam (Indra, 2020) ada 4 (empat) indikator minat belanja *online,* yaitu:

1. Minat Transaksional

Minat Transaksional yaitu kecendrungan keinginan seseorang untuk membeli suatu merek produk.

1. Minat Referensial

Minat Referensial yaitu kecendrungan seseorang untuk menyarankan sebuah merek produk kepada orang lain.

1. Minat Preferensial

Minat Preferensial yaitu perilaku seseorang yang memiliki selera pada suatu merek produk tersebut.

1. Minat Eksploratif

Minat Eksploratif yaitu perilaku seseorang untuk mencari informasi suatu produk yang diminati.

**2.2 Kualitas Produk**

**2.2.1 Pengertian Produk**

Menurut Khairinal (2017: 224) produk adalah barang atau jasa yang dibuat ditambah nilai gunanya dalam proses produksi sehingga menjadi barang setengah jadi dan menjadi barang jadi, siap dijual untuk dipakai. Produk dapat berupa sebuah gagasan, sebuah jasa, sebuah barang atau segala kombinasi dari ketiganya. Sementara barang adalah keberadaan fisik yang berwujud seperti buku, laptop, pena, dan lainnya. Sedangkan jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud merupakan penerapan usaha manusia dan usaha mekanis kepada manusia atau objek. Sedangkan Menurut Buchari Alma (2018: 140) produk adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual *(pengecer),* dan pelayanan pabrik serta pelayanan *pengecer,* yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.

Menurut Setiyaningrum (dalam Umar, Hairudin dan Maria,2020) Produk adalah suatu kumpulan atribut fisik, psikis, jasa dan simbolik yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Terdapat tiga tingkatan produk dan jasa yang harus dipahami oleh pemasar, yaitu nilai inti dari konsumen yang akan menjawab pertanyaan apa yang sebenarnya dibeli oleh pembeli; produk aktual yang mencakup ciri-ciri, desain, tingkat kualitas, nama merek, dan kemasan yang menarik; dan produk tambahan, yang mencakup pengiriman dan cicilan, layanan purna jual, geransi, dan produk lain yang mendukung produk inti. Sedangkan menurut Wijayanti (dalam Umar, Hairudin dan Maria, 2020) produk adalah sesuatu yang diperjual belikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari suatu hasil kreativitas seseorang, tim marketing atau perusahaan.

Menurut Tjiptono (dalam Umar, Hairudin dan Maria, 2020) secara konseptual, produk adalah pemahaman subyektif produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu, produk juga dapat didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksi atau operasinya. Menurut Kotler(dalam Habibah dan Sumiati, 2016) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Budi Gautama (2018) produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka kosumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.

Menurut David (dalam Ferdiansyah dan Hidayat, 2020) mengatakan produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai disuatu pasar sasaran dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan termasuk benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. Sedangkan menurut Ayub (2019) dalam pengertian luas, produk ialah segala barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu proses sehingga produk berkaitan erat dengan teknologi. Menurut Afif dan Krisdianto, (2020) pengertian produk secara umum adalah sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sebuah usaha (*effort*) atau hasil daro sebuah tindakan atau sebuah proses. Secara umum produk merupakan sesuatu yang dibuat oleh perorangan atau sekelompok orang sebagai ajang untuk mendapatkan keuntungan melalui proses pertukaran ataupun jual beli dalam transaksi. Produk merupakan sesuatu yang dibeli dalam bentuk bahan mentah dan kemudian dijual sebagai barang jadi. Sedangkan produk yang berupa bahan mentah disebut dengan “komoditas” yang dapat berupa metal dan produk agrikultur.

Jadi menurut pendapat para ahli yang ada dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa produk adalah produk adalah barang atau jasa yang dibuat ditambah nilai gunanya dalam proses produksi sehingga menjadi barang setengah jadi dan menjadi barang jadi, siap dijual untuk dipakai. Produk dapat berupa sebuah gagasan, sebuah jasa, sebuah barang atau segala kombinasi dari ketiganya. Produk juga dapat diakatan sebagai seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual *(pengecer),* dan pelayanan pabrik serta pelayanan *pengecer,* yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.

**2.2.2 Pengertian Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 230) mengatakan kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat *(benefits)* bagi pelanggan. Sedangkan menurut Habibah dan Sumiati (2016) mengatakan kualitas produk (*Product quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahan dapat menerapkan program “Total *Quality* Managemen (TQM)” selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai konsumen.

Menurut Riska, Kalangi dan Lucky (2019) kualitas produk menjadi faktor penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan pelanggan. Kualitas produk merupakn variabel yang penting yang berhubungan dengan penilaian terhadap produk untuk memenuhi harapan dari pelanggan. kualitas produk di definisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa. kualitas produk adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat tersebunyi.

Menurut *Kotler* dan *Keller* (dalam Arief, 2017) kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Supriyadi dan Wahyu (dalam Jihan dan Hikmah, 2020) kualitas produk merupakan keadaan tentang suatu barang yang akan dijual dari perusahaan yang sudah memiliki kualitas mutu yang tinggi dan tidak dimiliki oleh produk yang dikeluarkan oleh perusahaan pesaing, jadi perusahaan yang membuat produk tersebut lebih memfokuskan kualitas produk yang dihasilkan dan sebelum produknya dipasarkan perusahaan akan mencari tahu tentang produk pesaing, produk yang mempunyai tampilan yang menarik dan penampilan yang terbaik belum tentu kualitas produk tersebut tinggi. Menurut Fatmawati (dalam Jihan dan Hikmah, 2020)kualitas produk merupakan kualitas yang bisa dicoba oleh seseorang ketika membeli barang yang dipasarkan dari perusahaan apabila barang dan jasa yang disediakan dari perusahaan sudah memberi kualitas yang bagus, dan merupakan pemahaman yang dirasakan oleh konsumen sehingga barang yang dipromosikan dan ditawarkan dari perusahaan mempunyai mutu jual yang tinggi atau nilai produk yang dijual lebih tinggi dari produk pesaing. Menurut Amalia dan Asmara (2017) mengatakan kualitas produk merupakan salah satu alat yang digunakan oleh para pemasar untuk menentukan, *Positoning* produknya dipasar. Setiap perusahaan harus memilih tingkat kualitas produk yang dihasilkan sehingga akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan *positioning* produk itu dalam pasar sasarannya. Sedangkan menurut Davis (dalam Amalia dan Asmara, 2017) mengatakan kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan barang, jasa, manusia, produk, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Prawirosentono (dalam Kharisma dan Soliha, 2017) mengatakan kualitas produk adalah keadaan fisik, fungsi dan sifat produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang dikeluarkan. Kualitas produk mempunyai dua dimensi yaitu tingkat dan konsistensi. Kualitas yang baik menurut produsen adalah apabila produk yang dihasilkan oleh perusahaan telah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan oleh perusahaan. Sedangkan kualitas yang jelek adalah apabila produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan spesifikasi standar yang telah ditentukan serta menghasilkan produk rusak. Menurut Diah (2019) kualitas produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang diciptakannya, karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan para konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. Semakin baik kualitas suatu produk, maka akan semakin meningkat minat para konsumen untuk membeli produk tersebut. Dengan memberikan kualitas produk yang baik, sebuah perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan para pesaingnya. Oleh karena itu sebuah perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen sehingga dapat menciptakan produk dengan kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Diah Ernawati, (2019) faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah inovasi produk. didalam menciptakan sebuah produk diperlukan adanya inovasi, agar dapat membedakan produk tersebut dengan para pesaingnya dan apa yang membuat produk tersebut jauh lebih unggul dibandingkan produk sejenis lainnya.

Menurut pendapat para Ahli dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk adalah adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. kualitas produk juga dapat dikatakan sebagai keadaan tentang suatu barang yang akan dijual dari perusahaan yang sudah memiliki kualitas mutu yang tinggi dan tidak dimiliki oleh produk yang dikeluarkan oleh perusahaan pesaing, jadi perusahaan yang membuat produk tersebut lebih memfokuskan kualitas produk yang dihasilkan dan sebelum produknya dipasarkan perusahaan akan mencari tahu tentang produk pesaing, produk yang mempunyai tampilan yang menarik dan penampilan yang terbaik belum tentu kualitas produk tersebut tinggi. kualitas produk juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang diciptakannya, karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan para konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah inovasi produk. didalam menciptakan sebuah produk diperlukan adanya inovasi.

**2.2.3 Indikator Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2009: 8-10) terdapat Sembilan indikator pada kualitas produk, yaitu:

1. Bentuk *(Form)*

Bentuk biasanya meliputi: Ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk.

1. Fitur *(Feature)*

Adalah karakteristik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar produk.

1. Kinerja *(Performance)*

Adalah dimana tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi.

1. Kesan Kualitas *(Perceived quality)*

Sering dibilang bahwa merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

1. Ketahanan *(durability)*

Adalah Ukuran daya tahan sebuah produk yang merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu.

1. Keandalan *(Reliability)*

Adalah bahwa produk tidak mengalami kerusakan atau gagal dalam waktu tertentu.

1. Kemudahan Perbaikan *(Repairability)*

Adalah ukuran kemudahan perbaikan produk ketika produk itu tidak berfungsi atau gagal.

1. Gaya *(Style)*

Menggambarkan penampilan dan rasa produk kepada pembeli.

1. Desain *(Design)*

Adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Sedangkan menurut Garung dan Sepang (dalam Jihan dan Hikmah, 2019) ada 5 (Lima) indikator untuk menilai kualitas Produk, yaitu:

1. Kemampuan Produk

Yaitu Upaya suatu barang untuk memikat seseorang agar mempunyai minat beli terhadap suatu produk.

1. Fungsi Produk

Yaitu Minat beli konsumen terhadap suatu produk yang disebabkan karena melihat fungsi suatu produk yang bermanfaat bagi konsumen.

1. Kelebihan Produk

Yaitu unggulnya suatu produk yang mempunyai daya jual yang tinggi sehingga mempunyai nilai lebih disbanding produk pesaing.

1. Daya Tahan Produk

Yaitu usia yang terdapat dalam suatu produk seperti banyaknya dalam penggunaan suatu barang sebelum rusaknya barang, barang yang tidak gampang cacat berarti kualitas produk tersebut bagus.

1. Nilai Produk

Yaitu pembeli akan mendapatkan fungsi dari suatu barang dan pembeli juga akan memberikan nilai terhadap barang tersebut.

Sedangkan menurut Kotler (dalam Arfiani Bahar dan Herman Sjaharuddin, 2015) ada dua indikator kualitas Produk, yaitu:

1. Rasanya yang Enak

Ini menyangkut penilaian konsumen terhadap cita rasa pada produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen. Produk-produk yang bermerek terkenal biasanya dipersepsikan lebih berkualitas dan terjamin rasanya disbanding dengan merek-merek yang tidak didengar.

1. Fitur Produk

Dimensi fitur merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. fitur bersifat pilihan atau option bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur sering kali ditambahkan Idenya, fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki.

1. Daya Tahan Konsumen

Daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak.

**2.3 Potongan Harga**

**2.3.1 Pengertian Harga**

Menurut Natanael dan Lasmono (2020) harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia mendapatkan kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya. Sedangkan Menurut Gitosudarmo (dalam Natanael dan Lasmono, 2020) secara historis harga itu ditentukan oleh pembeli dan penjual melalui proses tawar menawar, sehingga terjadilah kesepakatan dengan harga tertentu.Menurut Khairinal (2017: 242) Harga adalah nilai barang yang ditentukan berupa sejumlah uang sebagai dasar harga untuk produk atau jasa. Sedangkan menurut Kotler (dalam Silvia, Mandey dan Jacky, 2016) mengatakan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (dalam Habibah dan Sumiati, 2016) harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Menurut Tjiptono (dalam Habibah dan Sumiati, 2016)harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau sejumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Sofian Assauri (dalam herlambang dan berta, 2020) harga merupakan beban atau nilai bagi konsumen, yang didapatkan dengan memperoleh dan menggunakan suatu produk, termasuk biaya keuangan dari konsumsi, disamping biaya sosial yang bukan keuangan, seperti dalam bentuk waktu, upaya, psikis, risiko, dan *prestise* atau gengsi sosial. harga merupakan nilai yang diberikan terhadap produk untuk memposisikan produknya lebih unggul dari pada produk lain. Menurut Didin dan Anang (2019: 184) Harga merupakan satu-satunya dari unsur bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang menhasilkan pendapatan sementara unsur-unsur lainnya menimbulkan biaya. Menurut Umar, Hairudin dan Maria, (2020) harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan fungsi. Sewa uang sekolah, ongkos, upah, bunga, tarif, biaya penyimpanan, gaji dan komisi semuanya merupakan harga yang harus kita bayar untuk mendapatkan barang atau jasa. Sepanjang sejarah harga ditetapkan melalui negosiasi pembeli dan penjual. Dulu, harga beroperasi sebagai determinan utama pilihan pembeli.

Menurut Swastha dan Irawan (dalam Aditya, 2017) harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Menurut Tjiptono (dalam Aditya, 2017) harga memiliki dua peran utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu:

1. Peran lokasi dari harga

Yaitu harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya.

1. Peran Informasi dari Harga

Yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hai ini bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif.

Menurut Nurhayati (2017) harga merupakan satu variabel yang harus dikendalikan secara benar, karena harga akan sangat berpengaruh terhadap beberapa aspek kegiatan perusahaan, baik menyangkut kegiatan penjualan maupun aspek keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan. harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memproleh suatu produk. dengan demikian, harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Harga juga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga mempengaruhi *market share*-nya. Bagi perusahaan, harga tersebut akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih. Menurut Peter dan Olson (dalam Harun dan Agus, 2018) harga adalah kondisi dimana konsumen harus menyerahkan sesuatu untuk membeli produk atau jasa. Menurut Ubaidillah (2017) harga merupakan faktor kendali kedua yang dapat ditangani oleh manajemen penjualan atau pemasaran untuk memahami inti pokok tentang pengambilan keputusan yang menyangkut penetapan harga. Tiap perusahaan atau penjual hendaknya dapat mendapatkan harga yang paling tepat dalam arti yang dapat memberikan keuntungan yang paling baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek.

Dari beberapa pendapat teori dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Sedangkan secara historis harga itu ditentukan oleh pembeli dan penjual melalui proses tawar menawar, sehingga terjadilah kesepakatan dengan harga tertentu. Harga juga dapat dikatakan sebagai nilai barang yang ditentukan berupa sejumlah uang sebagai dasar harga untuk produk atau jasa. harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memproleh suatu produk. Harga juga memiliki dua peran utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu: (1) Peran lokasi dari harga dan (2) peran Informasi dari Harga. harga merupakan faktor kendali kedua yang dapat ditangani oleh manajemen penjualan atau pemasaran untuk memahami inti pokok tentang pengambilan keputusan.

**2.3.2 Pengertian Potongan Harga**

Menurut Tjiptono (dalam Rizky dan Supandi, 2015) potongan harga adalah diskon yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Para konsumen tertarik untuk mendapatkan harga yang pantas. Sedangkan Menurut Assauri(2009: 126) Harga yang pantas berarti nilai yang dipersepsikan pantas pada saat transaksi dilakukan. Konsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan harga yang mahal berarti mempunyai kualitas yang baik, sedangkan apabila harga yang murah mempunyai kualitas yang kurang baik.

Menurut Philip Kotler (dalam Meigie, James, dan Maria, 2017) Potongan harga (diskon) adalah pengurangan harga yang diberikan perusahaan dalam periode tertentu dan untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Menurut Kotlerdan Armstrong (dalam Aria dan Retno, 2019) mengatakan diskon atau potongan harga adalah penyesuaian harga dasar untuk memberikan penghargaan pada pelanggan atas reaksi-reaksi tertentu, seperti pembayaran tagihan lebih awal, volume pembelian, dan pembelian diluar musim. potongan harga adalah usaha mendorong anggota-anggota saluran atau pelanggan akhir untuk terlibat dalam perilaku spesifik dalam mendukung produk. menurut Anggun, Heryanto, dan Astuti (2018) potongan harga adalah salah satu strategi yang dianggap sangat efektif pada saat ini. Tujuan dari diadakannya potongan harga adalah untuk menjaga stabilitas perputaran uang. Perputaran uang ini digunakan untuk membiayai operasional, tenaga kerja dan biaya lain yang terkait dengan daur hidup perusahaan. Dalam sebuah transaksi dagang ataupun lainnya selalu ada dua orang atau lebih yang terlibat didalamnya sebagai penjual dan pembeli.

Menurut Termwiki (dalam Rahmat, 2018) potongan harga adalah suatu teknik promosi penjualan dimana seorang pembeli diberikan kembali sebagian dari harga pembelian. Umumnya, ini dikaitkan dengan pengecer mencapai target penjualan yang disepakati sebelumnya. Sedangkan menurut Mahmud (dalam Rahmat, 2018) potongan harga yang menarik, sehingga harga sesungguhnya lebih rendah dari harga umum. Potongan harga atau diskon yang diberikan harus mempunyai arti yang penting bagi konsumen, kalau tidak, tidak ada artinya. Menurut Rahman (2018) potongan harga secara sederhana diartikan sebagai sebuah penawaran dari penjual atau pemasok kepada pembeli dengan mengurangi harga jual jika pembayaran atau transaksi dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Maksudnya, penjual akan mengurangi harga jualnya kepada pembeli dalam batas waktu tertentu, bisa sebentar, bisa lama dan tidak terikat dalam pembelian.

Menurut Simamora (2010: 154) potongan harga adalah potongan tunai yang ditawarkan untuk diberikan kepada para konsumen yang akan membeli produk yang kita tawarkan. Sedangkan menurut Ismayana (dalam Anggun, Heryanto dan Astuti, 2018) potongan harga adalah potongan terhadap penjualan yang disetujui apabila pembayaran dilakukan dalam jangka waktu yang lebih cepat dari jangka waktu kredit, potongan harga adalah potongan tunai dipandang dari sudut penjual. salah satu alat dari promosi penjualan adalah potongan harga, potongan harga merupakan bagian yang penting serta berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Dalam kebijakan penetapan harga para pembuat keputusan dalam perusahaan harus mempertimbangkan reaksi dari berbagai pihak, baik yang berasal dari dalam perusahaan maupun yang dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi atau sebaliknya mempengaruhi oleh keputusan mengenai harga yang ditetapkan. Kegiatan promosi yang berupa potongan harga akan dapat menambah serta mempengaruhi konsumen terhadap nilai barang atau jasa yang sedang diedarkan dipasaran. Dengan adanya kegiatan tersebut akan mendorong dan mengarahkan konsumen untuk membeli, sehingga penjualan akan meningkat sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Selain itu, pemberian potongan harga kepada konsumen akan dapat menambah dan mempertahankan minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Menurut Alma (dalam Nobel, Edriana dan Lusy 2018) potongan harga merupakan pengurangan harga suatu produk dari harga normal dalam satu periode tertentu. Adanya diskon atau potongan harga dapat membuat konsumen merangsang untuk melakukan pembelian dari transaksi konsumen tersebut dan akan berdampak pada peningkatan penjualan produk tertentu. diskon atau potongan harga memiliki daya kekuatan sendiri dalam proses tawar menawar suatu produk, sehingga akan menciptakan keadilan harga. Menurut Geovani dan Murni (2020) potongan harga adalah diskon yang diberikan pada setiap barang yang dijual secara *offline* maupun *online* agar produknya diminati oleh banyak pembeli. Diskon atau potongan harga sangat efektif dalam menarik respon dan meragsang konsumen untuk membeli produk dan ritel yang sering menggunakan diskon harga untuk meningkatkan perputaran barang pada tokonya. Biasanya saat berbelanja *online* hal yang pertama kali dilihat dari konsumen adalah harga, jika harga produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen maka minat beli konsumen akan produk tersebut juga tinggi.

Menurut beberapa pendapat teori diatas dapat disimpulkan bahwa potongan harga adalah diskon yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Atau juga bisa dikatakan sebagai pengurangan harga yang diberikan perusahaan dalam periode tertentu dan untuk meningkatkan penjualan suatu produk. potongan harga juga dapat dikatakan sebagai potongan tunai yang ditawarkan untuk diberikan kepada para konsumen yang akan membeli produk yang kita tawarkan. diskon atau potongan harga memiliki daya kekuatan sendiri dalam proses tawar menawar suatu produk, sehingga akan menciptakan keadilan harga. potongan harga adalah diskon yang diberikan pada setiap barang yang dijual secara *offline* maupun *online* agar produknya diminati oleh banyak pembeli.

**2.3.3 Tujuan Pemberian Potongan Harga**

Menurut Sutisna (dalam Nobel, Edriana dan Lusy2018) tujuan pemberian potongan harga ada empat, yaitu:

1. Efektifitas Diskon, untuk mengetahui seberapa besar dampak dari diskon yang diberikan ke konsumen.
2. Meningkatkan Kuantitas Pembelian, Dengan diberikannya diskon dapat mempengaruhi jumlah barang yang akan dibeli oleh konsumen.
3. Harga, Adanya diskon yang diberikan secara langsung dapat mengurangi jumlah pengeluaran konsumen.
4. Mengikat konsumen, pemberian diskon dapat mengikat konsumen supaya membeli produk yang diberikan diskon.

**2.3.4 Jenis-Jenis Potongan Harga**

Menurut Kotler (dalam Anggun, Heryanto dan Astuti 2018) ada 4 (Empat) jenis diskon atau potongan harga, yaitu:

1. Potongan Harga Tunai

Yaitu tunjangan atau konsesi yang diberikan oleh penjual kepada pembeli karena pembeli membayar kontan atau tunai dalam jadwal pembayaranyang sudah ditetapkan sebelumnya.

1. Potongan Kuantitas

Yaitu potongan yang diberikan saat konsumen membeli dalam jumlah yang banyak atau grosir. Atau juga bisa dikatakan sebagai potongan dari harga yang tercatat yang ditawarkan oleh penjual agar konsumen mau membeli dalam jumlah yang lebih besar dari yang biasanya ataupun bersedia memutuskan pembeliannya kepada penjual yang sama. Potongan kuantitas ada dua, yaitu: potongan kuantitas kumulatif dan non kumulatif.

1. Potongan Harga Fungsional

Yaitu potongan dagang yang dilakukan oleh produsen kepada anggota saluran distribusi yang melaksanakan fungsi-fungsi tertentu seperti penjualan maupun penyimpanan.

1. Potongan Harga Musiman

Yaitu pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang membeli barang ataupun jasa dikala musim sedang sepi. Potongan musiman akan memungkinkan penjual bisa mempertahankan produksi yang lebih stabil selama satu tahun.

**2.3.5 Indikator Potongan Harga**

Menurut Indra Bayu (2018) ada 3 (tiga) indikator potongan harga, yaitu:

1. Besarnya Potongan Harga

Yaitu ukuran besar atau kecilnya potongan harga yang diberlakukan terhadap suatu produk.

1. Masa Potongan Harga

Yaitu dimana waktu atau rentang waktu potongan harga atau diskon yang diberikan.

1. Jenis Produk yang dapat Potongan Harga

Yaitu tentang jenis produk apa yang akan mendapat potongan harga atau diskon.

**2.4 Pengaruh Antara Variabel**

**2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhdap Minat Belanja *Online***

Kualitas produk merupakan salah satu komponen paling penitng dalam suatu produk. Menurut Kotlerdan Armstrong (2012: 230) mengatakan kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat *(benefits)* bagi pelanggan. Menurut Fatmawati (dalam Jihan dan Hikmah, 2020) kualitas produk merupakan kualitas yang bisa dicoba oleh seseorang ketika membeli barang yang dipasarkan dari perusahaan apabila barang dan jasa yang disediakan dari perusahaan sudah memberi kualitas yang bagus, dan merupakan pemahaman yang dirasakan oleh konsumen sehingga barang yang dipromosikan dan ditawarkan dari perusahaan mempunyai mutu jual yang tinggi atau nilai produk yang dijual lebih tinggi dari produk pesaing. Seseorang konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang, jika kualitas produknya tidak baik. Sebaliknya konsumen akan mencari dan membeli kembali secara berulang untuk produk yang berkualitas baik. Kualitas produk dapat mempengaruhi minat belanja *online*, karena berhubungan langsung dengan konsumen. Ketika seseorang atau konsumen berbelanja *online*, konsumen lebih cenderung membeli produk yang memiliki kualitas yang bagus atau baik dan akan melakukan pembelian berulang-ulang setelahnya.

**2.4.2 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Belanja *Online***

Menurut Tjiptono (dalam Rizky dan Supandi, 2015) potongan harga adalah diskon yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Para konsumen tertarik untuk mendapatkan harga yang pantas. Sedangkan Menurut Assauri (2009: 126) Harga yang pantas berarti nilai yang dipersepsikan pantas pada saat transaksi dilakukan. Konsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan harga yang mahal berarti mempunyai kualitas yang baik, sedangkan apabila harga yang murah mempunyai kualitas yang kurang baik. Menurut Philip Kotler (dalam Meigie, James, dan Maria, 2017) Potongan harga (diskon) adalah pengurangan harga yang diberikan perusahaan dalam periode tertentu dan untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Pemberian potongan harga bukan hanya untuk meningkatkan penkualan suatu produk, melainkan juga digunakan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Dengan dilakukan pemberian potongan harga atau diskon yang tepat dan sesuai, dapat meningkatkan dan menggerakkan minat belanja konsumen baik itu secara *online* atau secara langsung untuk membeli produk yang ditawarkan.

**2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga Terhadap Minat Belanja *Online***

Pada masa saat sekarang ini dalam memilih suatu barang atau produk, konsumen sudah sangat selektif. Baik itu dilihat dari kualitas produk atau potongan harga yang diberikan. Bagusnya kualitas produk akan suatu barang mempunyai peran yang sangat penting dalam mempengaruhi minat belanja konsumen. Adanya berbagai pilihan membuat konsumen mempunyai berbagai pilihan didalam memilih suatu produk atau barang, ketika konsumen memilih salah satu barang, maka mereka akan mempertimbangkan produk atau barang satu dengan barang lainnya. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar. Meskipun ada dari sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkalitas. Menurut Kotlerdan Armstrong(2012: 230) mengatakan kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Selain karakteristik, kualitas produk juga harus mempunyai bentuk atau wujud yang bagus dan menarik agar konsumen berminat untuk membelinya dan hal tersebut akan berhubungan juga dengan penentuan harga barang tersebut. Selain dari adanya kualitas produk dari suatu produk, diskon atau potongan harga juga merupakan salah satu penentu seseorang atau konsumen dalam melakukan keputusan pembelian atau belanja, baik itu belanja secara *online* maupu belanja secara langsung. Dengan adanya potongan harga yang diberikan oleh perusahaan atau toko akan menambah minat para konsumen untuk berbelanja.

Menurut Philip Kotler (dalam Meigie, James, dan Maria, 2017) Potongan harga (diskon) adalah pengurangan harga yang diberikan perusahaan dalam periode tertentu dan untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Pemberian potongan harga bukan hanya untuk meningkatkan penkualan suatu produk, melainkan juga digunakan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Dapat dilihat bahwa strategi pemberian diskon atau potongan harga merupakan strategi yang direncanakan dengan maksud untuk merangsang konsumen agar mau membeli produk perusahaan atau toko sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat tercapai.

Menurut Geovani dan Murni (2020) potongan harga adalah diskon yang diberikan pada setiap barang yang dijual secara *offline* maupun *online* agar produknya diminati oleh banyak pembeli. Diskon atau potongan harga sangat efektif dalam menarik respon dan meragsang konsumen untuk membeli produk dan ritel yang sering menggunakan diskon harga untuk meningkatkan perputaran barang pada tokonya. Perusahaan atau toko *online* biasanya akan memberikan diskon atau potongan harga pada hari-hari tertentu, seperti hari kemerdekaan Indonesia. Menurut pendapat teori diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan potongan harga dapat mempengaruhi minat belanja *online.*

**2.5 Penelitian Yang Relevan**

Adapun penelitian yang relevan dengan Penelitian yang peliti lakukan adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rosita dan Inne Satyawisudarini yang termuat dalam jurnal Manajemen dan Bisnis (Almana) Vol.1 No. 3 tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian *Online* Produk *T-Shirt* Samesame *Clothing*)”. Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa Tanggapan Konsumen terhadap harga produk Samesame *Clothing* cukup baik, kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembelian Produk Samesame *Clothing,* harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Samesame *Clothing.*
2. Penelitian lain dilakukan Oleh Hetty Sri Wardani Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2015 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Muslim pada Jaizah *Boutique* Tlogosari Semarang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas Produk berpengaruh Signifikan terhadap Minat beli pada jaizah Boutique Tlogosari Semarang, Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada jaizah *Boutique* Tlogosari Semarang, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh Signifikan terhadap minat beli pada Jaizah *Boutique* Tlogosari Semarang.
3. Penelitian yang dilakukan Oleh Senny Febiola Rumangkang dkk, yang termuat dalam Jurnal EMBA Vol.2 No.4 Tahun 2014 yang berjudul “Potongan Harga dan *Servicescape* Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Anak pada Matahari Megamas Manad”. Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa Potongan Harga dan *Servicescape* diduga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan Pembelian pada Matahari Megamas Manado, Potongan Harga diduga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Matahari Megamas Manado, *Servicespe* diduga secara Persial berpengaruh terhadap keputusan Pembelian Pada matahari Megamas Manado.
4. Penelitian lian dilakukan oleh Josep Tolisindo Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung, Bandar Lampung tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di *Indomaret* Lampung Utara Kecamatan Kota Bumi Utara”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Potongan Harga berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian produk di *Minimarket* *Indomaret* Lampung Utara.

**2.6 Kerangka Berpikir**

Menurut Meldarianda dan Lisan (2010) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan minat belanja adalah suatu proses perencanaan pembelian suatu produk yang akan dilakukan oleh konsumen dengan mempertimbangkan berbagai hal, diantaranya adalah banyak unit produk yang dibutuhkan dalam periode waktu tertentu, merek, dan sikap konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut. Kini belanja *online* telah menjadi sebuah kebiasan bagi sebagian orang, dikarenakan kemudahan yang diberikan, orang-orang atau konsumen khususnya Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi banyak beranggapan bahwa belanja *online* adalah salah satu sarana untuk mencari barang-barang yang diperlukan seperti kebutuhan sehari-hari, hobi, dan sebagainya. ketika konsumen atau seseorang ingin memilih barang maka terlebih dahulu ia akan mempertimbangkan kualitas produk atau barang tersebut. Nobel, Edriana dan Lusy (2018) potongan harga memiliki daya kekuatan sendiri dalam proses tawar menawar suatu produk, sehingga akan menciptakan keadilan harga. Adanya diskon atau potongan harga dapat membuat konsumen merangsang untuk melakukan pembelian. Potongan harga juga merupakan tolak ukur terhadap minat belanja *online* konsumen, dengan adanya potongan harga yang sesuai dengan kualitas produk maka konsumen akan sangat puas terhadap produk atau barang yang ditawarkan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Kualitas Produk

(X1)

Minat Belanja *Online*

(Y)

Kualitas Produk

(X2)

**Gambar 2.4 Bagan Paradigma Penelitian**

Keterangan Garis:

: Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Minat Belanja *Online* (Y)

: Pengaruh Potongan Harga (X2) Terhadap Minat Belanja *Online* (Y)

: Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Potongan Harga (X2) Terhadap Minat Belanja *Online* (Y)

**2.7 Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teoritis dan kerangka berpikir dapat dikemukakan hipotesis penelitian sebagai jawaban masalah yang telah dirumuskan sebagai berikut:

1. Ha: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

H0: tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

1. Ha: Terdapat pengaruh Potongan Harga terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi

H0: Tidak terdapat pengaruh Potongan Harga terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi

1. Ha: Terdapat pengruh Kualitas produk dan Potongan harga terhadap minat belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

H0: Tidak terdapat pengruh Kualitas produk dan Potongan harga terhadap minat belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

**3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Jambi yang beralamat di Jl. Lintas Sumatera-Muara Bulian, Km. 15, Mendalo Darat, Kecamatan Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi. Dengan Subjek Penelitiannya adalah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 dan Angkatan 2019.

Waktu Penelitian ini dilaksanakan pada Tahun Ajaran 2020/2021. Adapun waktu untuk melakukan Penelitian dipaparkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Jadwal Penelitian**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Jenis Kegiatan** | **Bulan/2020-2021** | | | | | | | | | | | |
| **Sep** | **Okt** | **Nov** | **Des** | **Jan** | **Feb** | **Mar** | **Apr** | **Mei** | **Jun** | **Jul** | **Agu** |
| 1. Persiapan Penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Pengajuan Judul Proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Bimbingan Proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Seminar Proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Persiapan Penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Penyusunan Angket |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Uji Coba Angket |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Pelaksanaan Penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Penyebaran dan Penarikan Angket |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Analisis Pengolahan Data |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Penyusunan Laporan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Mendaftar Ujian |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Pelaksanaan Ujian. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Sumber: Oleh Peneliti.

**3.2 Desain Penelitian**

Menurut Sukardi (dalam Juhana, 2019: 35) desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Desain penelitian merupakan penggambaran secara jelas tentang hubungan antara variabel, pengumpulan data dan analisis data, sehingga dengan desain yang baik peneliti maupun orang lain yang berkepentingan mempunyai gambaran tentang bagaimana keterkaitan antara variabel, dan bagaimana mengukurnya.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif. Menurut Siyoto dan Sodik (2015: 17) metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jejak sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Sedangkan menurut Sugiyono (2015: 14) metode penelitian kauntitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yan telah ditetapkan

**3.3 Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2015: 60) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini penulis menguji Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga (Diskon) terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. Oleh sebab itu, dari pernyataan tersebut maka variabel dari penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2015: 61) variabel ini sering disebut sebagai variabel *Stimulus, predictor, antecedent.* Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

X1 : Kualitas Produk

X2: Potongan Harga

1. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2015: 61) variabel Dependen sering disebut sebagai variabel output, Kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas

Y : Minat Belanja *Online*

**3.4 Populasi dan Sampel Penelitian**

**3.4.1 Populasi Penelitian**

Menurut Sugiyono (2015: 117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: *Obyek* atau *Subyek* yang mempunyai kualitas dan Karakteristik tertentu yang yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2018 dan Angkatan 2019 yang berjumlah 163 Orang.

**Tabel 3.2 Populasi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Prodi** | **Angkatan** | **Kelas** | **Jumlah** |
| 1 | Pendidika Ekonomi | 2018 | Reguler A | 30 |
| Reguler B | 32 |
| 2019 | Reguler A | 38 |
| Reguler B | 32 |
| Reguler C | 31 |
| Jumlah | | | | 163 |

Sumber: Siakad Program Studi Pendidikan Ekonomi.

**3.4.2 Sampel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2015: 118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Menurut Arikunto (dalam Tarjo, 2019: 47) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Dinamakan sampel, apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasi hasil penelitian tersebut. Diamana dalam penelitian ini sampel diambil dari Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 dan Angkatan 2019.

Apabila subjek atau responden dalam penelitian kurang dari 100 responden maka lebih baik jumlah populasinya diambil seluruhnya atau bisa disebut dengan total sampling, selanjutnya jika subjek atau responden dalam penelitian lebih dari 100 responden, maka jumlah populasi yang diambil itu antara 5%-15% atau 20%-25% atau lebih. Mengingat jumlah poplasi dalam penelitian ini berjumlah 163 responden atau lebih dari 100 responden, maka jumlah seluruh populasi dijadikan sampel yaitu 5% dari populasi sebanyak 163 orang atau responden. Untuk mengetahui atau menentukan besarnya sampel dari populasi sebanyak 163 Responden yang diambil dalam penelitian ini menggunakn rumus Slovin:

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi (163 Responden)

e2 = Presisi (ditetapkan 5%)

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

= 116

Berdasarkan penyelesaian diatas dengan menggunakan rumus Slovin, dimana dengan jumlah populasi sebanyak 163 Responden yang terdiri dari Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi. kemuadian dari pupulasi tersebut diambil sebanyak 5%, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 116 responden.

**3.4.3 Teknik Penarikan Sampel**

Menurut Tarjo (2019: 54) Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Istilah lain yang sinonim dengan teknik adalah metode, cara, prosedur pengambilan sampel, penentuan sampel. Jadi banyak istilah atau padanan kata tentang teknik pengambilan sampel atau teknik sampling. Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobobilility Sampling* (*Sampling Sistematis*). Menurut Tarjo (2019: 56) teknik pengambilan sampel sistematis merupakan teknik pengambilan sampel yang yang didasarkan pada urutan dari sejumlah anggota populasi yang telah diberikan nomor. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel Random karena popolasi dalam penelitian ini berjumlah 163 orang.

**3.5 Jenis dan Sumber data**

**3.5.1 Jenis Data**

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran yaitu skala likert. Menurut Fadila, Rahayu dan Harry (2020: 56) skala likert adalah sakala psikometrik yang digunakan dalam kuesioner dan merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan dalam evaluasi suatu program atau kebijakan perencanaan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial dan ternyata bisa digabung dengan metode lainnya. Maka jenis data yang paling tepat dalam penelitian ini adalah data ordinal, data ordinal merupakan data statistik yang cara menyusun angkanya didasarkan berdasarkan urutan.

**3.5.2 Sumber Data**

1. Data Primer

Menurut Nazamuddin (2020: 16) data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri untuk tujuan tertentu, biasanya setelah objek penelitian ditentukan dan isntrumen pengumpulannya disiapkan. Pengumpulan data primer dapat dilakukan melalui banyak metode, misalnya survei langsung dan wawancara atau bahkan melalui internet. Peneliti ini menggunakan data primer dari hasil pengisian angket yang diberikan kepada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2018 dan Angkatan 2019 yang berjumlah 116 Responden.

**3.6 Instrumen Penelitian**

Dalam penelitian kuantitatif, peneliti akan menggunakan instrument penelitian berupa angket yang digunakan untuk mengukur kualitas produk, potongan harga dan Minat belanja *online* Mahasiswa Pendidikan Ekonomi ankatan 2018 dan Angkatan 2019 yang berjumlah 116 Responden.

**3.6.1 Angket**

Menurut Sugiyono (2015: 199) angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan ataau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Menurut Hermawan (2019: 75) mengatakan angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Sedangkan menurut Zainal Arifin (dalam Hermawan, 2019: 75) mengatakan angket adalah instrument penilaian yang berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan untuk menjaring data atau informasi yang harus dijawab responden secara bebas sesuai dengan pendapatnya.

Angket dalam penelitian ini dibuat secara *online* menggunakan *google form* kemudian disebar kepada responden melalui *Group WhatsApp* untuk diisi atau dijawab. Adapaun yang menjadi Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 dan 2019 yang berjumlah 116 Responden. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket yang berisi butir-butir pertanyaan yang akan diberikan tanggapan atau jawaban oleh objek peneliti. Pengukuran skala likert dalam penelitian ini adalah lima tingkatan jawaban sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Pengukuran Skala Likert**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Jawaban** | **Simbol** | **Skor** |
| 1 | Sangat Setuju | SS | 4 |
| 2 | Setuju | S | 3 |
| 3 | Tidak Setuju | TS | 2 |
| 4 | Sangat Tidak Setuju | STS | 1 |

Sumber: Sugiyono (2019: 147)

**3.7 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2015: 308) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknk pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Sedangkan menurut Mamik (2015: 103) mengatakan teknik pengumpulan data adalah prosedur yang sistematik dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Sedangkan data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh dilokasi penelitian. Definisi data sebenarnya mirip dengan definisi informasi, hanya saja informasi lebih ditonjolkan segi pelayanan sedangkan data lebih menonjolkan pada aspek materi. Berdasarkan definisi tersebut maka teknik pengambilan data adalah melalui angket. Angket digunakan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Potongan Harga (X2) terhadap Minat Belanja *Online* (Y).

**3.7.1 Penyebaran Angket**

Setelah proses Uji validitas dan Uji reliabilitas angket, maka angket yang telah dibuat oleh peneliti menggunakan *Google From* dapat diakses melalui *Link* <https://forms.gle/MZ8JHDMCVkNFB4PJA> dan jika sudah dianggap tepat, maka anket tersebut disebar dan dibagikan kepada Mahasiswa yang menjadi sampel penelitian atau responden. Dalam penyebarannya tersebut, peneliti membagikan secara *online* melalui media *WhatsApp* kepada para responden yaitu Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 Universitas Jambi. Adapun kisi-kisi dari Instrumen penelitian menggunakan angket ini, sebagai berikut:

**Tabel 3.4 Kisi-Kisi Angket Minat Belanja *Online***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Deskriptif** | **Item** | **Skala Pengukuran** |
| 1 | Minat Transaksional | 2 Butir | SS, S, TS, STS |
| 2 | Minat Referensial | 2 Butir | SS, S, TS, STS |
| 3 | Minat Preferensial | 1 Butir | SS, S, TS, STS |
| 4 | Minat Eksploratif | 4 Butir | SS, S, TS, STS |
| **Jumlah** | | **9 Butir** |  |

Sumber: oleh Peneliti.

**Tabel 3.5 Kisi-Kisi Angket Kualitas Produk**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Deskriptif** | **Item** | **Skala Pengukuran** |
| 1 | Bentuk *(Form)* | 2 Butir | SS, S, TS, STS |
| 2 | Fitur *(Feature)* | 2 Butir | SS, S, TS, STS |
| 3 | Kinerja *(Performance)* | 2 Butir | SS, S, TS, STS |
| 4 | Kesan Kualitas *(Perceived quality)* | 2 Butir | SS, S, TS, STS |
| 5 | Ketahanan *(durability)* | 1 Butir | SS, S, TS, STS |
| 6 | Keandalan *(Reliability)* | 2 Butir | SS, S, TS, STS |
| 7 | Kemudahan Perbaikan *(Repairability)* | 1 Butir | SS, S, TS, STS |
| 8 | Gaya *(Style)* | 2 Butir | SS, S, TS, STS |
| 9 | Desain *(Design)* | 2 Butir | SS, S, TS, STS |
| 10 | Kemampuan Produk | 1 Butir | SS, S, TS, STS |
| 11 | Fungsi Produk | 1 Butir | SS, S, TS, STS |
| 12 | Kelebihan Produk | 1 Butir | SS, S, TS, STS |
| 13 | Nilai Produk | 1 Butir | SS, S, TS, STS |
| 14 | Daya Tahan Konsumen | 2 Butir | SS, S, TS, STS |
| **Jumlah** | | **22 Butir** |  |

Sumber: oleh Peneliti.

**Tabel 3.6 Kisi-Kisi Angket Potongan Harga**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Deskriptif** | **Item** | **Skala Pengukuran** |
| 1 | Besarnya Potongan Harga | 5 Butir | SS, S, TS, STS |
| 2 | Masa Potongan Harga | 2 Butir | SS, S, TS, STS |
| 3 | Jenis Produk yang dapat Potongan Harga | 4 Butir | SS, S, TS, STS |
| **Jumlah** | | **11 Butir** |  |

Sumber: oleh Peneliti.

**3.7.2 Penarikan Angket**

Saat penarikan angket penelitian, peneliti secara langsung mengecek responden yang sudah mengisi angket melalui *google formulir* Saat angket telah ditutup atau tidak menerima tanggapan lagi. Apabila dalam pengisian angket oleh responden terdapat kesalahan atau terdapat data yang kurang lengkap, maka angket akan diisi ulang oleh responden yang bersangkutan.

**3.8 Uji Instrumen Penelitian**

Instrument penelitian yang dipergunakan perlu diuji untuk mengetahui apakah instrument yang dipergunakan tersebut bagus atau tidak, dapat atau tidak dipergunakan dalam penelitian. Setelah seluruh data terkumpul, maka langkah selanjutnya peneliti akan menganalisa data tersebut sehingga dapat ditarik kesimpulan. Adapun Uji Instrumen penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**3.8.1 Uji Validitas**

Menurut Yusuf dan Lukman (2018: 50) uji validitas merupakan upaya untuk memastikan tingkat kevalidan atau kesahihan instrument yang digunakan dalam penelitian (instrument pengumpulan data). Uji validitas dapat pula diartikan sebagai uji ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Dengan demikian dapat diketahui seberapa besar ketepatan dan kecermatan alat ukur yang digunakan. Kriterianya sebagai berikut:

1. Dapat dijelaskan bahwa nilai rhitung > rtabel berdasarkan uji signifikan 0.05 (5%), artinya bahwa item-item tersebut valid.

Dalam penelitian uji validitas menggunakan rumus korelasi product moment dan juga berbantuan program *spss* versi 21.

Keterangan:

rxy =Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

∑xy = Jumlah Perkalian antara Variabel X dan Y

∑x2 = Jumlah dari kuadrat nilai X

∑y2 = Jumlah dari kuadrat nilai Y

(∑x)2 = Jumlah Nilai X kemudian dikuadratkan

(∑y)2 = Jumlah Nilai Y kemudian dikuadratkan

**3.8.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Yusuf dan Lukman (2018: 58) Uji Realibilitas adalah uji instrument yang dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana ketahanan (kehandalan) suatu instrument dalam pengumpulan data. Uji ini akan menunjukkan sejauh mana pengukuran dari suatu test tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Pengujian reliabilitas instrument dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dan juga berbantuan program *spss* versi 21.

Keterangan:

r11 = Reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pertanyaan yang diuji

**∑**𝑎𝑡² **=** Jumlah Varians skor tiap-tiap item

𝑎𝑡² = Varians total

Keriteria:

1. Jika nilai alpha > 0.7 artinya reliabilitas mencukupi *(Sufficient reliability)*
2. Jika alpha > 0.80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat.

**3.9 Teknik Analisis Data**

**3.9.1 Analisis Deskriptif**

Untuk menganalisis data diperluakan suatu cara atau metode analisis data hasil penelitian agar dapat diinterpretasikan sehingga laporan yang dihasilkan mudah dipahami. Menurut Sugiyono (2015: 207-2018) mengatakan bahwa Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Sedangkan Menurut Syofian (2013: 100) mengatakan analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel. Analisis deskriptif ini dilakukan dengan pengujian hipotesis deskriptif. Analisis ini untuk mengetahui seberapa besar pengerahu Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 dan Angkatan 2019 dengan bantuan SPPS versi 21.

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai kecendrungan data hasil penulisan yaitu dengan jalan menguraikan atau menjabarkan data-data variabel penelitian seperti mean, media, range, dan standar deviasi. Untuk statistik deskriptif masing-masing variabel diukur nilai pemusatannya dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan Range = Skor Maksimal - Skor minimal
2. Menentukan banyak kelas dengan melihat banyaknya kategori yang ditentukan. Dalam penelitian ini ada 4 kategori, yaitu: sangat tinggi, tinggi, rendah, dan sangat rendah.
3. Menentukan panjang interval dengan rumus:

1. Membuat Tabel distribusi frekuensi sesuai dengan langkah sebelumnya.

**3.9.2 Uji Prasyarat Analisis**

Berhubungan dengan penggunaan metode regresi linier berganda, maka dilakukan uji prasyarat untuk menghindari pelanggaran asumsi-asumsi klasik dengan bantuan SPSS versi 21. Model-model asumsi klasik yang diuji sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Menurut Yusuf dan Lukman (2018: 65) mengatakan uji normalitas data dilakukan untuk memenuhi syarat atau asumsi dari uji para metris yang akan dilakukan. Uji normalitas juga disebut dengan istilah distribusi normal yang merupakan salah satu distribusi probabilitas yang penting dalam dalam analisis statistika. Distribusi normal memiliki parameter berupa *mean* (rata-rata) dan simpangan baku. Uji normalitas data dilakukan untuk menilai sebaran data pada kelompok data atau variabel, apakah data terdistribusi normal atau tidak. Apabila data yang diuji tersebut memenuhi (terdistribusi normal) maka dapat dilakukan analisis lanjut statistika parametrik. Namum apabila tidak maka dapat dilakukan transformasi data terlebih dahulu atau dilakukan uji lanjut dengan statistika non-parameterik. Uji normalitas data dilakukan dengan pendekatan *Kolmogorov-smirnov test,* dengan menguji residual dari data dengan bantuan Aplikasi SPPS versi 21.

1. Uji Linearitas (Model)

Menurut Agustina, Armereo dan Fitri (2020: 106) mengatakan uji linearitas dipergunakan untuk melihat apakah model yang yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak. Uji ini jarang digunakan pada berbagai penelitian, karena biasanya model dibentuk berdasarkan telaah teoritis bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya adalah linear (lurus) dengan bantuan Program SPSS Versi 21.

Penggunaan modal linear dikatakan tepat dan dapat digunakan apabila Fhitung > Ftabel atau dengan membandingkan probabilitas, jika probabilitas > 0,05 maka model ditolak dan jika probabilitas < 0,05 maka model diterima.

**3.9.3 Uji Asumsi Regresi**

1. Uji Multikolinearitas

Menurut Rochmat (2017: 116) mengatakan multikolinearitas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Konsekuensinya adanya multikolinearitas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar.

Uji Multikolinearitas dilakukan dengan cara, membandingkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) faktor pertambahan *variance* yaitu bila nilai VIF lebih besar dari (5%) berarti telah memiliki kolinearitas yang tinggi, berarti ini tidak dikhendaki, yang diharapkan adalah besar nilai VIF harus berada dibawah 5.

1. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Widarjono (dalam Nikolaus, 2019: 112) uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau *homoskedastisitas.*

**3.9.4 Pengujian Hipotesis**

1. Analisis Regresi Berganda

Setelah Uji prasyarat analisis regresi, langkah selanjutnya adalah melakukan regresi. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila variabel independen sebagai faktor prediktor berubah. Mengacu pada tujuan dan hipotesis penelitian maka model regresi yang digunakan adalah model regresi berganda berikut ini:

Y = ao + b1X1 + b2X2 + e

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Minat Belanja *Online*)

a = Konstanta

o = konstanta yang diestimasikan (perkiraan yang sebenarnya)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X1 = Kualitas Produk

X2 = Potongan Harga

E = Residual

Perhitungan menggunakan bantuan program analisis data memakai alat bantu program *spss* versi 21.

1. Uji Persial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara persial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Rumus thitung pada analysis regresi menggunakan rumus Morissan, 2015: 349 rumusnya sebagai berikut:

Keterangan:

t = t hitung

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

Kriteria kesimpulan Uji t:

1. Jika thitung < ttabel dengan taraf signifikan 5% maka Ho diterima, berarti tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Minat Belanja *Online* (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2018 dan 2019 dan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Potongan Harga (X2) terhadap Minat Belanja *Online* (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2018 dan 2019
2. Jika thitung > ttabel dengan taraf signifikan 5% maka Ha diterima, berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Minat Belanja *Online* (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2018 dan 2019 dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Potongan Harga (X2) terhadap Minat Belanja *Online* (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2018 dan 2019
3. Uji Simultan (Uji F)

Untuk memberikan kebenaran hipotesis secara keseluruhan (simultan) digunakan uji F untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Potongan Harga secara bersama mempengaruhi Minat Belanja *Online* Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 dan 2019 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi. Untuk menguji F menggunakan Rumus sebagai berikut:

Kriteria Kesimpulan Uji F yaitu:

1. Jika Fhitung < Ftabel dengan taraf signifikan 5% maka Ho diterima, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk (X1) dan Potongan Harga (X2) terhadap Minat Belanja *Online* (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2018 dan 2019.
2. Jika Fhitung > Ftabel dengan taraf signifikan 5% maka Ha diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk (X1) dan Potongan Harga (X2) terhadap Minat Belanja *Online* (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2018 dan 2019

**3.9.5 Koefisien Determinasi Secara Simultan (R2)**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen dan diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Uji R2 bertujuan untuk menentukan presentase. Jika R2 bernilai 0 maka tidak ada sedikitpun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, tetapi jika R2 bernilai 1 maka sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna. Rumus untuk mencari R2 dengan dua variabel independen adalah sebagai berikut:

Keterangan:

R² = Koefisien Determinan

ryx1 = Korelasi sederhana (product moment person) antara X1 dengan Y

ryx2 = korelasi sederhana antara X2 dengan Y

rx1x2 = Korelasi sederhana antara X1 dengan X2

**BAB IV**

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan beserta pembahasannya terkait dengan Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Potongan Harga (X2) terhadap Minat Belanja *Online* (Y) Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

Penelitian ini diawali dengan Uji Coba Instrumen Penelitian yang dimulai dari Tanggal 26-28 April 2021 berupa angket sebanyak 30 Responden pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 dan 2019 Universitas Jambi yang disebar melalui *Google Form.* Adapun hasil penyebaran Uji Coba Angket pada Penelitian ini diuji melalui Uji Validitas dan Uji Realibilitas guna untuk mengetahui sejauh mana ketepatan suatu data yang telah diperoleh. Sebelum membahas pada deskriptif data hasil penelitian ini, akan diuraikan terlebih dahulu hasil Uji Coba Instrumen Penelitian yaitu Uji Validitas dan Uji Realibilitas.

**4.1 Uji Coba Instrumen Penelitian**

**4.1.1 Uji Validitas**

Uji Validitas pada Penelitian ini menggunakan Rumus Korelasi Product Moment dengan bantuan *Microsoft Excel.* Berdasarkan Uji Coba Instrumen yang telah dilakukan dengan jumlah Responden sebanyak 30 Responden dari Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 dan 2019 Universitas Jambi, diperoleh hasil Uji Validitas pada masing-masing Variabel disajikan dalam Tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Angket Kualitas Produk (X1)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Pertanyaan | rhitung | rtabel | Keterangan |
| 1 | Butir 1 | 0,66 | 0,36 | Valid |
| 2 | Butir 2 | 0,67 | 0,36 | Valid |
| 3 | Butir 3 | 0,46 | 0,36 | Valid |
| 4 | Butir 4 | 0,64 | 0,36 | Valid |
| 5 | Butir 5 | 0,55 | 0,36 | Valid |
| 6 | Butir 6 | 0,37 | 0,36 | Valid |
| 7 | Butir 7 | 0,44 | 0,36 | Valid |
| 8 | Butir 8 | 0,58 | 0,36 | Valid |
| 9 | Butir 9 | 0,69 | 0,36 | Valid |
| 10 | Butir 10 | 0.61 | 0,36 | Valid |
| 11 | Butir 11 | 0,53 | 0,36 | Valid |
| 12 | Butir 12 | 0,78 | 0,36 | Valid |
| 13 | Butir 13 | 0,57 | 0,36 | Valid |
| 14 | Butir 14 | 0,51 | 0,36 | Valid |
| 15 | Butir 15 | 0,52 | 0,36 | Valid |
| 16 | Butir 16 | 0,64 | 0,36 | Valid |
| 17 | Butir 17 | 0,79 | 0,36 | Valid |
| 18 | Butir 18 | 0,42 | 0,36 | Valid |
| 19 | Butir 19 | 0,67 | 0,36 | Valid |
| 20 | Butir 20 | 0,64 | 0,36 | Valid |
| 21 | Butir 21 | 0,67 | 0,36 | Valid |
| 22 | Butir 22 | 0,67 | 0,36 | Valid |

Sumber: diolah oleh Peneliti dengan Bantuan *Microsoft Excel.*

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa untuk keseluruhan butir pertanyaan dari Hasil Uji coba angket variabel Kualitas Produk (X1) yang mana sampelnya terdiri dari 30 Responden yang diambil dari Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi menunjukkan bahwa rhitung > rtabel sehingga dapat disimpulkan bahwa dari 22 butir pertanyaan soal angket Variabel Kualitas Produk diketahui bahwa keseluruhan pertanyaan dinyatakan valid.

Selanjutnya untuk hasil Uji Coba Validitas angket Variabel Potongan Harga (X2) dapat dilihat pada tabel 4.2 Berikut:

**Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Angket Potongan Harga (X2)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Pertanyaan | rhitung | rtabel | Keterangan |
| 1 | Butir 1 | 0,46557 | 0,36 | Valid |
| 2 | Butir 2 | 0,71076 | 0,36 | Valid |
| 3 | Butir 3 | 0,31986 | 0,36 | Tidak Valid |
| 4 | Butir 4 | 0,02145 | 0,36 | Tidak Valid |
| 5 | Butir 5 | 0,64194 | 0,36 | Valid |
| 6 | Butir 6 | 0,44756 | 0,36 | Valid |
| 7 | Butir 7 | 0,77797 | 0,36 | Valid |
| 8 | Butir 8 | 0,66 | 0,36 | Valid |
| 9 | Butir 9 | 0,34323 | 0,36 | Tidak Valid |
| 10 | Butir 10 | 0,83287 | 0,36 | Valid |
| 11 | Butir 11 | 0,75173 | 0,36 | Valid |

Sumber: diolah oleh Peneliti dengan Bantuan *Microsoft Excel.*

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa untuk keseluruhan butir pertanyaan Variabel Potongan Harga (X2) terdapat 8 butir pertanyaan yang menunjukkan bahwa rhitung > rtabel sehingga pertanyaan tersebut dikatakan Valid, sedangkan terdapat 3 butir pertanyaan yang menunjukkan bahwa rhitung < rtabel sehingga pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid.

Selanjutnya hasil uji coba Validitas angket Variabel Minat Belanja *Online* (Y) dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Angket Minat Belanja *Online* (Y)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Pertanyaan | rhitung | rtabel | Keterangan |
| 1 | Butir 1 | 0,797 | 0,36 | Valid |
| 2 | Butir 2 | 0,73526 | 0,36 | Valid |
| 3 | Butir 3 | 0,71888 | 0,36 | Valid |
| 4 | Butir 4 | 0,71284 | 0,36 | Valid |
| 5 | Butir 5 | 0,21294 | 0,36 | Tidak Valid |
| 6 | Butir 6 | 0,69952 | 0,36 | Valid |
| 7 | Butir 7 | 0,40687 | 0,36 | Valid |
| 8 | Butir 8 | 0,65071 | 0,36 | Valid |
| 9 | Butir 9 | 0,56354 | 0,36 | Valid |
| 10 | Butir 10 | 0,50984 | 0,36 | Valid |

Sumber: diolah oleh Peneliti dengan Bantuan *Microsoft Excel.*

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa untuk keseluruhan butir pertanyaan Variabel Minat Belanja *Online* (Y) terdapat 9 butir pertanyaan yang menunjukkan bahwa rhitung > rtabel sehingga pertanyaan tersebut dikatakan Valid, sedangkan terdapat 1 butir pertanyaan yang menunjukkan bahwa rhitung < rtabel sehingga pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid.

**4.1.2 Uji Realibilitas**

Dalam penelitian ini untuk mengkaji Reliabilitas Instrumen dengan menggunakan Rumus *Alpha Cronbach.* Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan Program *SPSS* Versi 21. Adapun beberapa jenis kriteria dari tingkat Reliabilitas sebagai berikut:

1. Jika *Alpha* > 0,90 maka Reliabilitas Sempurna.
2. Jika *Alpha* antara 0,70-0,90 maka Reliabilitas tinggi.
3. Jika *Alpha* 0,50-0,70 maka Reliabilitas Moderat.
4. Jika *Alpha* < 0,50 maka Reliabilitas Rendah.
5. Jika *Alpha* Rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak Reliabel.

Berdasarkan hasil Uji Reliabilitas, maka dapat diperoleh dari masing-masing Variabel ditampilkan pada Tebel 4.4 berikut:

**Tabel 4.4 Rekap Hasil Uji Realibilitas**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Nilai *Alpha’s Cronbach*** | **Tingkat Reliabel** |
| Kualitas Produk (X1) | 0,750 | Tinggi |
| Potongan Harga (X2) | 0,771 | Tinggi |
| Minat Belanja *Online* (Y) | 0,762 | Tinggi |

Sumber: diolah oleh Peneliti dengan Bantuan Program SPSS Versi 21.

Berdasarkan hasil Uji Realibilitas pada Tabel 4.4 diatas, diperoleh nilai *Alpha Cronbach* pada item pertanyaan variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,750, Pada item pertanyaan variabel Potongan harga (X2) memperoleh nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,771 dan Minat Belanja *Online* sebesar 0,762. Pada Maing-Masing variabel nilai *Alpha Cronbach* yang dihasilkan mempunyai kriteria tingkat Reliabel yang tinggi karena teletak pada nilai 0,70-0,90.

**4.2 Deskriptif Data**

Penelitian ini dilakukan dengan teknik penyebaran Angket yang dibuat menggunakan *Google Form* kemudian disebar ke *Group WhatsApp* masing-masing kelas pada tanggal 01-30 Mei 2021 yang ditujukan kepada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 dan 2019 Universitas Jambi dengan populasi berjumlah 163 Responden. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 116 Responden. adapun pada bagian akan dideskripsikan data yang diperoleh dari hasil pengukuran Kualitas Produk (X1), Potongan Harga (X2), dan Minat Belanja *Online* (Y). Berikut data dari masing-masing Variabel:

**4.2.1 Deskriptif Data Variabel Kualitas Produk (X1)**

Berdasarkan hasil jawaban dari Responden, maka dapat dianalisis bahwa untuk variabel Kualitas Produk (X1) diperoleh skor Minimum sebesar 62 dan skor Maksimumnya sebesar 74. Berikut hasil perhitungan analisis deskriptif yang dilakukan oleh peneliti menggunakan bantuan Program *SPSS versi* 21 sebagaimana yang ditampilkan pada tabel 4.5 dibawah ini:

**Tabel 4.5 Deskripsi Statistik Variabel Kualitas Produk (X1)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Descriptive Statistics** | | | | | | | | | |
|  | N | Range | Minimum | Maximum | Sum | Mean | | Std. Deviation | Variance |
| Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Std. Error | Statistic | Statistic |
| Kualitas\_Produk | 116 | 12 | 62 | 74 | 7710 | 66.47 | .197 | 2.124 | 4.512 |
| Valid N (listwise) | 116 |  |  |  |  |  |  |  |  |

Sumber: diolah oleh Peneliti menggunakan Program SPSS versi 21.

Berdasarkan hasil data pada tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa data variabel Kualitas Produk (X1) diperoleh *standar Deviation* sebesar 2.124 dan nilai *Range* sebesar 12 artinya angka tersebut merupakan jarak antar skor maksimum dengan skor minimum dari variabel Kualitas Produk. kemudian, diperoleh nilai rata-rata (*Mean*) dari seluruh data sebesar 66,47. Kemudian jumlah data seluruhnya diperoleh sebesar 7710. Setelah mendeskripsikan data yang telah diolah diatas.

selanjutnya untuk dapat mengetahui tingkat kecendrungan skor Kualitas Produk (X1) menjadi 4 kategori dapat dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

1. Mengurutkan skor angket dari skor paling kecil atau terendah sampai sekor terbesar atau paling tinggi.
2. Menentukan *Range* (Nilai Tengah) dengan cara Nilai Skor Maksimal dikurangi dengan Nilai Skor Minimal

*Range* Variabel (X1) = 74 – 62

= 12

1. Menentukan banyak kelas dengan melihat banyak kategori yang ditemukan. Dalam penelitian ini ada 4 kategori, yaitu: Sangat Rendah, Rendah, Tinggi, dan Sangat Tinggi.
2. Menentukan panjang Interval dengan Rumus:

Panjang Interval = = = 3

Kemudian, panjang interval diatas dikonversikan ke dalam tabel kecendrungan dengan 4 kategori sebagaimana yang telah disajikan pada Tabel 4.6 berikut:

**Tabel 4.6 Kelas Interval Kualitas Produk (X1)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Interval** | **Frekuensi** | **Persentase (%)** | **Kategori** |
| 71-74 | 6 | 5% | Sangat Tinggi |
| 67-70 | 42 | 36% | Tinggi |
| 63-66 | 67 | 58% | Rendah |
| 59-62 | 1 | 1% | Sangat Rendah |
| **Jumlah** | **116** | **100%** |  |

Sumber: diolah oleh Peneliti menggunakan bantuan *Microsoft Excel.*

Berdasarkan data pada Tabel 4.6 diatas, dapat dianalisis bahwa responden yang mendapatkan Kualitas Produk yang sangat tinggi atau tergolong sangat bagus sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 5%, sedangkan responden yang mendapat Kualitas Produk yang Tinggi atau tergolong bagus sebanyak 42 orang dengan persentase sebesar 36%, responden yang tergolong mendapatkan kualitas produk yang Rendah atau tergolong tidak bagus sebanyak 67 orang dengan persentase sebanyak 58%, dan untuk responden yang tergolong mendapatkan Kualitas Produk yang sangat rendah atau tergolong sangat tidak bagus sebanyak 1 orang dengan persentase sebanyak 1%. maka dapat disimpulkan bahwa jumlah jawaban responden terbanyak yaitu pada rentang kelas 63-66 dengan jumlah responden sebanyak 67 orang dan termasuk dalam kategori Rendah. Selanjutnya, tabel distribusi frekuensi Variabel Kualitas Produk (X1) diatas dimasukkan ke dalam diagram batang sebabagaimana dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut:

Sumber: diolah oleh Peneliti Menggunakan *Microsoft Excel.*

**Gambar 4.1 Diagram Batang Variabel Kualitas Produk (X1)**

**4.2.2 Deskriptif Data Variabel Potongan Harga (X2)**

Berdasarkan hasil jawaban dari Responden Mahasiswa/i Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 dan 2019 Universitas Jambi yang berjumlah 163 Mahasiswa/i atau Responden Kemudian dari 163 Mahasiswa/i diambil sebanyak 116 Responden Untuk dijadikan sampel. Dari jawaban responden tersebut, maka dapat dianalisis bahwa untuk variabel Potongan Harga (X2) diperoleh skor Minimum sebesar 20 dan skor Maksimumnya sebesar 26. Berikut hasil perhitungan analisis deskriptif yang dilakukan oleh peneliti menggunakan bantuan Program *SPSS versi* 21 sebagaimana yang ditampilkan pada tabel 4.7 dibawah ini:

**Tabel 4.7** **Deskripsi Statistik Variabel Potongan Harga (X2)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Descriptive Statistics** | | | | | | | | | |
|  | N | Range | Minimum | Maximum | Sum | Mean | | Std. Deviation | Variance |
| Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Std. Error | Statistic | Statistic |
| Potongan\_Harga | 116 | 6 | 20 | 26 | 2682 | 23.12 | .114 | 1.231 | 1.516 |
| Valid N (listwise) | 116 |  |  |  |  |  |  |  |  |

Sumber: diolah oleh Peneliti menggunakan Program SPSS versi 21.

Berdasarkan hasil data pada tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa data Variabel Potongan Harga (X2) diperoleh *standar Deviation* sebesar 1.231 dan nilai *Range* sebesar 6 artinya angka tersebut merupakan jarak antar skor maksimum dengan skor minimum dari Variabel Potongan Harga. Kemudian, diperoleh nilai rata-rata (*Mean)* dari seluruh data sebesar 23,12. Dan jumlah data seluruhnya 2682. Setelah mendeskripsikan data yang telah diolah diatas.

selanjutnya untuk dapat mengetahui tingkat kecendrungan skor Potongan Harga (X2) menjadi 4 kategori dapat dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

1. Mengurutkan skor angket dari skor paling kecil atau terendah sampai sekor terbesar atau paling tinggi.
2. Menentukan *Range* (Nilai Tengah) dengan cara Nilai Skor Maksimal dikurangi dengan Nilai Skor Minimal

*Range* Variabel (X2) = 26 – 20

= 6

1. Menentukan banyak kelas dengan melihat banyak kategori yang ditemukan. Dalam penelitian ini ada 4 kategori, yaitu: Sangat Rendah, Rendah, Tinggi, dan Sangat Tinggi.
2. Menentukan panjang Interval dengan Rumus:

Panjang Interval = = = 1,5

Kemudian, panjang interval diatas dikonversikan ke dalam tabel kecendrungan dengan 4 kategori sebagaimana yang telah disajikan pada Tabel 4.8 dibawah ini:

**Tabel 4.8 Kelas Interval Potongan Harga (X2)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Interval** | **Frekuensi** | **Persentase (%)** | **Kategori** |
| 24,5-26 | 15 | 13% | Sangat Tinggi |
| 22,9-24,4 | 69 | 59% | Tinggi |
| 21,3-22,8 | 19 | 16% | Rendah |
| 19,7-21,2 | 13 | 11% | Sangat Rendah |
| **Jumlah** | **116** | **100%** |  |

Sumber: diolah oleh Peneliti menggunakan *Microsoft Excel.*

Berdasarkan data pada Tabel 4.8 diatas, dapat dianalisis bahwa responden yang mendapatkan potongan harga yang sangat tinggi sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 13%, sedangkan responden yang mendapat potongan harga yang tergolong kategori Tinggi sebanyak 69 orang dengan persentase sebesar 59%, kemudian, responden yang tergolong mendapatkan potongan harga dengan kategori Rendah itu sebanyak 19 orang dengan jumlah persentase sebanyak 16%, dan yang terakhir, responden yang mendapatkan potongan harga dengan kategori sangat rendah sebanyak 13 0rang dengan persentase sebesar 11%. Berdasarkan uraian dari data pada tabel 4.6 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah jawaban responden terbanyak yaitu terletak pada rentang kelas 22,9-24,4 dengan jumlah responden yang menjawab sebanyak 69 orang dan termasuk dalam Tinggi. Selanjutnya, tabel distribusi frekuensi Variabel Potongan Harga (X2) diatas dimasukkan ke dalam diagram batang sebabagaimana dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut:

Sumber: diolah oleh Peneliti dengan bantuan *Microsoft Excel.*

**Gambar 4.2 Diagram Batang Variabel Potongan Harga (X2)**

**4.2.3 Deskriptif Data Variabel Minat Belanja *Online* (Y)**

Berdasarkan hasil jawaban dari Responden Mahasiswa/i Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 dan 2019 Universitas Jambi yang berjumlah 163 Mahasiswa/i atau Responden Kemudian dari 163 Mahasiswa/i diambil sebanyak 116 Responden Untuk dijadikan sampel. Dari jawaban responden tersebut, maka dapat dianalisis bahwa untuk variabel Potongan Harga (X2) diperoleh skor Minimum sebesar 24 dan skor Maksimumnya sebesar 30. Berikut hasil perhitungan analisis deskriptif yang dilakukan oleh peneliti menggunakan bantuan Program *SPSS versi* 21 sebagaimana yang ditampilkan pada tabel 4.9 dibawah ini:

**Tabel 4.9** **Deskripsi Statistik Variabel Minat Belanja *Online* (Y)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Descriptive Statistics** | | | | | | | | | |
|  | N | Range | Minimum | Maximum | Sum | Mean | | Std. Deviation | Variance |
| Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Std. Error | Statistic | Statistic |
| Minat\_ Belanja\_Online | 116 | 6 | 24 | 30 | 3071 | 26.47 | .111 | 1.198 | 1.434 |
| Valid N (listwise) | 116 |  |  |  |  |  |  |  |  |

Sumber: diolah oleh Peneliti menggunakan Program SPSS versi 21.

Berdasarkan hasil data pada tabel 4.9 diatas, dapat dilihat bahwa data Variabel Minat Belanja *Online* (Y) diperoleh *standar Deviation* sebesar 1,198 dan nilai *Range* sebesar 6 artinya angka tersebut merupakan jarak antar skor maksimum dengan skor minimum dari Variabel Minat Belanja *Online*. Kemudian, diperoleh nilai rata-rata (*Mean)* dari seluruh data sebesar 26,47. Dan jumlah data seluruhnya 3071. Setelah mendeskripsikan data yang telah diolah diatas.

selanjutnya untuk dapat mengetahui tingkat kecendrungan skor Minat Belanja *Online* (Y) menjadi 4 kategori dapat dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

1. Mengurutkan skor angket dari skor paling kecil atau terendah sampai sekor terbesar atau paling tinggi.
2. Menentukan *Range* (Nilai Tengah) dengan cara Nilai Skor Maksimal dikurangi dengan Nilai Skor Minimal

*Range* Variabel (Y) = 30 – 24

= 6

1. Menentukan banyak kelas dengan melihat banyak kategori yang ditemukan. Dalam penelitian ini ada 4 kategori, yaitu: Sangat Rendah, Rendah, Tinggi, dan Sangat Tinggi.
2. Menentukan panjang Interval dengan Rumus:

Panjang Interval = = = 1,5

Kemudian, panjang interval diatas dikonversikan ke dalam tabel kecendrungan dengan 4 kategori sebagaimana yang telah disajikan pada Tabel 4.10 dibawah ini:

**Tabel 4.10 Kelas Interval Minat Belanja *Online* (Y)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Interval** | **Frekuensi** | **Persentase (%)** | **Kategori** |
| 28,5-30 | 7 | 6% | Sangat Tinggi |
| 26,9-28,4 | 46 | 40% | Tinggi |
| 25,3-26,8 | 39 | 34% | Rendah |
| 23,7-25,2 | 24 | 21% | Sangat Rendah |
| **Jumlah** | **116** | **100%** |  |

Sumber: diolah oleh Peneliti Mneggunakan *Microsoft Excel.*

Berdasarkan data pada Tabel 4.10 diatas, dapat dianalisis bahwa responden yang mempunyai Minat Belanja *Online* yang sangat tinggi sebanyak 7 orang dengan jumlah persentase sebesar 6%, sedangkan responden yang mempunyai Minat Belanja *Online* yang Tinggi sebanyak 46 orang dengan persentase sebesar 40%, kemudian, responden yang tergolong mempunyai Minat Belanja *Online* yang Rendah sebanyak 39 orang dengan jumlah persentase sebanyak 34%, dan yang terakhir, responden yang mempunyai Minat Belanja *Online* yang sangat rendah sebanyak 24 orang dengan jumlah persentase sebanyak 21%. Berdasarkan uraian dari data pada tabel 4.8 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah jawaban responden terbanyak yaitu terletak pada rentang kelas 26,9-28,4 dengan jumlah responden yang menjawab sebanyak 46 orang dan termasuk dalam kategori Tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 dan 2019 Universitas Jambi tergolong Tinggi. Selanjutnya, tabel distribusi frekuensi Variabel Minat Belanja *Online* (Y) diatas dimasukkan ke dalam diagram batang sebabagaimana dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut:

Sumber: diolah oleh Peneliti menggunakan *Microsoft Excel.*

**Gambar 4.3 Diagram Batang Variabel Minat Belanja *Online* (Y)**

**4.3 Pengujian Prasyarat Analisis**

**4.3.1 Uji Normalitas**

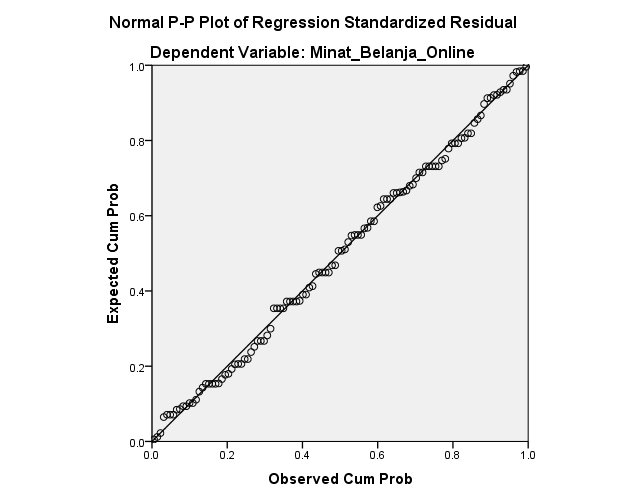
Pada penelitian ini, data yang terkumpul adalah data yang terkait tentang Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Potongan Harga (X2) terhadap Minat Belanja *Online* (Y) pada Mahasiswa Angkatan 2018 dan 2019 Universitas Jambi. Data tersebut kemudia dianalisis Uji Normalitasnya dengan menggunakan Norma Uji *Kolmogorov Smirnov* (K-S) melalui bantuan Program SPSS *Release* 21 *For Windows.* Kriteria dalam pengujian normalitas dari masing-masing variabel dilihat pada kolom signifikan (sig). jika nilai signifikan yang diperoleh lebih besar dari (5%) atau a= 0,05, maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal, jika nilai sigifikan (sig) yang diperoleh lebih kecil dari (5%) atau a= 0,05 maka sampel dari populasi tidak berdistribusi normal. Berikut hasil Uji Normalitas dalam Penelitian ini:

**Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** | | |
|  | | Unstandardized Residual |
| N | | 116 |
| Normal Parametersa,b | Mean | .0000000 |
| Std. Deviation | .11678341 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .042 |
| Positive | .042 |
| Negative | -.037 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .449 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .988 |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |

Sumber: diolah oleh Peneliti Menggunakan Program SPSS versi 21.

Dapat dilihat pada tabel 4.11 diatas, hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk *Unstandardized Residual* sebesar 0.988. artinya Variabel ini lebih besar dari *Alpha* a= 0,05 pada taraf signifikan 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari variabel pada variabel penelitian ini berdistribusi normal. Selain menggunakan uji *Kolmogorov smirnov,* untuk mengetahui Normalitas suatu data juga dapat melalui grafik normal P-P Plot dengan bantuan SPSS *Realse* 21 *for windows* sebagai berikut:



**Gambar 4.4 Grafik Normal P-P Plot *Standardized Residual***

Berdasarkan pada Gambar 4.4 dapat dilihat bahwa sebaran titik pada grafik tersebut mendekati garis diagonal. Sehingga dapat dikatakan bahwa data *Standardized Residual* dari semua Variabel berdistribusi normal.

**4.3.2 Uji Linearitas**

Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui linear atau tidak linearnya hubungan antara variabel bebas (*Independent)* dengan variabel terikat (*dependent*). Hubungan antara variabel dikatakan linear apabila nilai signifikan lebih besar atau sama dengan 0,05. Tapi, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka hubungan antar variabel dikatakan tidak linear. Uji linearitas pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS *Release* 21 *for windows* yang dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

**Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk (X1) terhadap**

**Minat Belanja *Online* (Y)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ANOVA Table** | | | | | | | |
|  | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Minat\_Belanja\_ Online \* Kualitas\_Produk | Between Groups | (Combined) | .633 | 12 | .053 | 3.875 | .000 |
| Linearity | .462 | 1 | .462 | 33.947 | .000 |
| Deviation from Linearity | .171 | 11 | .016 | 1.141 | .338 |
| Within Groups | | 1.403 | 103 | .014 |  |  |
| Total | | 2.036 | 115 |  |  |  |

Sumber: diolah oleh Peneliti Menggunakan Program SPSS Versi 21.

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, diperoleh nilai signifikan pada *Deviation From Linearity* yaitu 0,338. Hal tersebut menandakan bahwa nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 yaitu 0.338 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel Kualitas Produk (X1) dengan Variabel Minat Belanja *Online* (Y) adalah Linear.

**Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas Potongan Harga (X2) terhadap**

**Minat Belanja *Online* (Y)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ANOVA Table** | | | | | | | |
|  | | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| Minat\_Belanja\_ Online \* Potongan\_Harga | Between Groups | (Combined) | .166 | 6 | .028 | 1.611 | .151 |
| Linearity | .053 | 1 | .053 | 3.090 | .082 |
| Deviation from Linearity | .113 | 5 | .023 | 1.315 | .263 |
| Within Groups | | 1.870 | 109 | .017 |  |  |
| Total | | 2.036 | 115 |  |  |  |

Sumber: diolah oleh peneliti menggunakan Program SPSS Versi 21.

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, diperoleh nilai signifikan pada *Deviation From Linearity* yaitu 0,263. Hal tersebut menandakan bahwa nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 yaitu 0.263 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel Potongan Harga dengan Variabel Minat Belanja *Online* adalah linear.

**4.4 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi regresi digunakan untuk menentukan ketetapan model regresi, untuk itu perlu dilakukan pengujian atas bebera asumsi regresi yang mendasari model regresi. Uji asumsi regresi terdiri dari uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

**4.4.1 Uji Multikolioneritas**

Uji Multikolioneritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Pengambilan keputusan uji multikolioneritas pada penelitian ini dilihat dari nilai *Variabel Inflatio Factor* (VIF) dan nilai *tolerance.* Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada Tabel 4.14 berikut:

**Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolioneritas**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .877 | .367 |  | 2.388 | .019 |  |  |
| Kualitas\_Produk | .640 | .117 | .464 | 5.466 | .000 | .945 | 1.058 |
| Potongan\_Harga | .045 | .073 | .053 | .619 | .537 | .945 | 1.058 |
| a. Dependent Variable: Minat\_Belanja\_Online | | | | | | | | |

Sumber: diolah oleh Peneliti menggunakan Program SPSS Versi 21.

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.14 diatas, menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Produk (X2) yaitu 0,945 atau lebih besar dari 0,10 (0,945 > 0,10). Hasil perhitungan menunjukkan hasil yang sama dimana nilai VIF (*Variabel Inflatio Factor*) yaitu 1,058 lebih kecil dari 10, hasil ini ditunjukkan melalui hasil *result* penelitian yang diperoleh yakni (1,058 < 10), jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada model regresi.

**4.4.2 Uji Heteroskedastisitas**

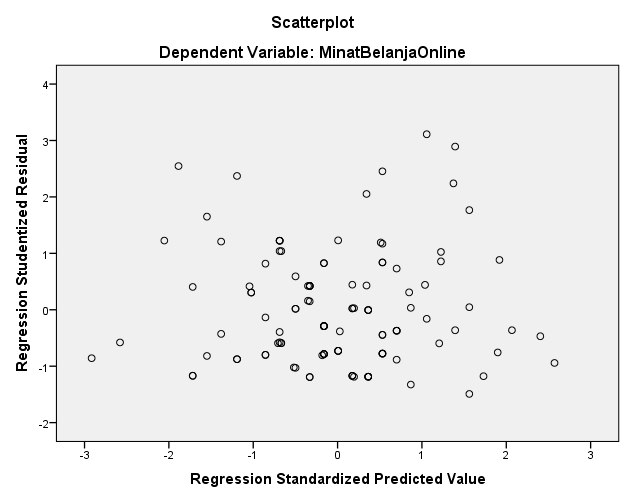
Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Adapun uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji heteroskedastisitas *Glejser* dan Uji *scatterplot* melalui bantuan program SPSS *Realse* 21 *for Windows.* Jika signifikan *Undarstandardized Residual* (sig.>0,05) berarti tidak ada heteroskedastisitas begitu juga sebaliknya. Adapun hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini disajikan pada Tabel 4.15 berikut:

**Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | -.100 | .216 |  | -.461 | .645 |
| Kualitas\_Produk | .026 | .069 | .037 | .382 | .703 |
| Potongan\_Harga | .039 | .043 | .088 | .913 | .363 |
| a. Dependent Variable: RES2\_MinatBelanjaOnline | | | | | | |

Sumber: diolah oleh Peneliti menggunakan Program SPSS versi 21.

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, terlihat bahwa variabel Kualitas Produk (X1) nilai signifikannya sebesar 0,703. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai signifikan Kualitas Produk lebih besar dari 0,05 atau 0,703 > 0,05. Kemudian, Variabel Potongan Harga (X2) nilai signifikannya sebesar 0,363. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai signifikan Potongan Harga lebih besar dari 0,05 atau 0,363 > 0,05. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Kemudian, jika dilihat pada uji *scatterplot* akan terlihat pada gambar 4.5 berikut:



**Gambar 4.5 *Scatterplot* (Uji Heteroskedastisitas)**

Berdasarkan pada gambar 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa sebaran titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik diatas maupun dibawah pada angka nol atau Y. sehingga model regresi ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak untuk memprediksi Minat Belanja *Online* berdasarkan masukan dari Kualitas Produk dan Potongan Harga.

**4.5 Uji Hipotesis**

**4.5.1 Uji Analisis Linear Berganda**

Dalam penelitian ini, uji analisis data digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 Universitas Jambi dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 21. Hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut:

**Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | .877 | .367 |  | 2.388 | .019 |
| Kualitas\_Produk | .640 | .117 | .464 | 5.466 | .000 |
| Potongan\_Harga | .045 | .073 | .053 | .619 | .537 |
| a. Dependent Variable: Minat\_Belanja\_Online | | | | | | |

Sumber: diolah oleh Peneliti Menggunakan Program SPSS Versi 21.

Berdasarkan hasil uji analisis linear berganda pada tabel 4.16 diatas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Y = a + b1 X1 + b2 X2

Y = 0,877+0,640 X1+0,045X2

Dari persamaan regresi linear berganda diatas, maka dapat dijelaskan beberapa hal sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,877 bertanda positif memberikan arti bahwa apabila Kualitas Produk (X1) dan Potongan Harga (X2) diasumsikan = 0, maka Minat Belanja *Online* (Y) pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 Universitas Jambi secara Konstan Sebesar 0,877
2. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,640 ini menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X1) mempunyai hubungan yang searah dengan dengan Minat Belanja *Online* (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan Penampahan satu satuan Kualitas Produk maka akan terjadi kenaikan satuan Minat Belanja *Online* sebesar 0,640 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang yang lain dari regresi adalah tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel Potongan Harga (X2) sebesar 0,045, ini menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel Potongan Harga (X2) mempunyai hubungan yang searah dengan Minat Belanja *Online* (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan Potongan Harga (X2) maka akan terjadi kenaikan satuan Minat Belanja *Online* sebesar 0.045. artinya bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

**4.5.2 Uji Persial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk melihat apakah pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara sendiri-sendiri atau persial, uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel *independen* yang digunakan dalam penelitian secara individual. Hasil perhitungan thitung untuk model regresi yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Uji t Kualitas Produk terhadap Minat Belanja *Online*

Pengujian regresi menggunakan bantuan SPSS 21 *for* *windows.* Berdasarkan analisis antar variabel Kualitas Produk dan Minat Belanja *Online* disajikan pada hasil Uji t yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.17 Hasil Uji t Kualitas Produk (X1) terhadap Minat Belanja *Online* (Y)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | .877 | .367 |  | 2.388 | .019 |
| Kualitas\_Produk | .640 | .117 | .464 | 5.466 | .000 |
| a. Dependent Variable: Minat\_Belanja\_Online | | | | | | |

Sumber: diolah oleh Peneliting menggunakan Program SPSS versi 21.

Dari tabel 4.17 diatas dapat diketahui persamaan yang diperoleh besarnya Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Belanja *Online* adalah 0,640 pada signifikan 0,000. terlihat bahwa nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel yaitu 5,466 > 1,981 (ketentuan tabel t), Selain itu untuk melihat pengaruh antar variabel juga dilihat dari nilai sig. 0,000 < 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) secara persial berpengaruh signifikan terhadap Minat Belanja *Online* (Y).

2. Uji t Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online*

Pengujian regresi menggunakan bantuan SPSS 21 *for* *windows.* Berdasarkan analisis antar variabel Potongan Harga dan Minat Belanja *Online* disajikan pada hasil Uji t yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.18 Hasil Uji t Potongan Harga (X2) terhadap Minat Belanja *Online* (Y)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | .877 | .367 |  | 2.388 | .019 |
| Potongan\_Harga | .045 | .073 | .053 | .619 | .537 |
| a. Dependent Variable: Minat\_Belanja\_Online | | | | | | |

Sumber: diolah oleh peneliti menggunakan Program SPSS versi 21.

Dari tabel 4.18 diatas dapat diketahui persamaan yang diperoleh besarnya Pengaruh Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* adalah 0,045 pada signifikan 0.537. terlihat bahwa nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel yaitu 0,619 < 1,981. Selain itu untuk melihat pengaruh antar variabel juga dilihat dari nilai sig. 0,537 > 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel Potongan Harga (X2) secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Belanja *Online* (Y).

**4.5.3 Uji Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk mengetahui hipotesis 3, apakah variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Komposisi hipotesisnya sebagai berikut:

1. Ha: Tredapat Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga Terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi.
2. H0: Tidak terdapat Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi.

Adapun hipotesis yang diajukan tersebut, hasil pengujian hipotesisnya dapat dilihat pada tabel 4.19 berikut:

**Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ANOVAa** | | | | | | |
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | .468 | 2 | .234 | 16.847 | .000b |
| Residual | 1.568 | 113 | .014 |  |  |
| Total | 2.036 | 115 |  |  |  |
| a. Dependent Variable: Minat\_Belanja\_Online | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), Potongan\_Harga, Kualitas\_Produk | | | | | | |

Sumber: diolah oleh Peneliti Menggunakan Program SPSS 21.

Keputusan Uji F yaitu:

1. H0 ditolak jika Fhitung > Ftabel

Ha diterima jika Fhitung < Ftabel

1. H0 ditolak jika signifikan a < 0,05

Ha diterima jika signifikan a > 0,05

Nilai Fhitung sebesar 16,847 sedangkan Ftabel sebesar 3,08 karena 16,847 > 3,08 maka H0 ditolak, sehingga terdapat pengaruh secara signifikan antara Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online.* Hal ini diperkuat juga dengan melihat hasil dari nilai signifikan (sig) *output anova* diatas, dimana nilai sig. 0,000 < 0,05 maka hipotesis diterima, artinya Kualitas Produk (X1) dan Potongan Harga (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Belanja *Online* (Y).

**4.5.4 Koefisien Determinasi Secara Simultan (R *Square*)**

Uji koefisien determinasi merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi dilihat dari R *Square,* dimana untuk menginterprestasikan besarnya nilai koefisien determinasi harus diubah dalam bentuk persentase. Berikut ini hasil uji koefisien determinasi:

**Tabel 4.20 Hasil Koefisien Determinasi**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model Summaryb** | | | | | |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .479a | .230 | .216 | .117812 | 1.790 |
| a. Predictors: (Constant), Potongan\_Harga, Kualitas\_Produk | | | | | |
| b. Dependent Variable: Minat\_Belanja\_Online | | | | | |

Sumber: diolah oleh peneliti menggunakan Program SPSS versi 21.

Berdasarkan hasil perhitungan pada *model summary* diperoleh angka R *Square* sebesar 0,230. Nilai R *Square* 0,230 ini berasal dari pengkuandratan nilai Nilai korelasi atau R, yaitu 0,479 x 0,479 = 0,230. Besarnya angka Koefisien determinasi (R *Square*) adalah 0,230 atau sama dengan 23%. Angka tersebut mengandung arti bahwa Variabel Kualitas Produk (X1) dan Variabel Potongan Harga (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap Variabel Minat Belanja *Online* (Y) sebesar 23%. Sedangkan sisanya (100% - 23% = 77%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti. Rendahnya niali R *Square* dalam penelitian ini bisa jadi disebabkan karena Responden asal-asalan pada saat mengisi angket Penelitian yang disebar.

**4.6 Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini memaparkan tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga terhdap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi. Penelitian ini terdiri dari tiga rumusan Masalah yang diajukan sebagai berikut:

**4.6.1 Apakah terdapat Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 Universitas Jambi**

Dalam rumusan masalah yang pertama menggunakan hipotesis pertama yaitu Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Positif dari Kualitas Produk (X1) terhadap Minat Belanja *Online* (Y). hal tersebut dapat dibuktikan melalui hasil Analisis Uji t dengan menggunakan bantuan Program *SPSS* 21 *for windows* yang menunjukkan nilai thitung Kualitas Produk terhadap Minat Belanja *Online* sebesar 5,466 sedangkan nilai ttabel sebesar 1,981 oleh karena itu diperoleh hasil bahwa thitung > ttabel yaitu 5,466 > 1,981. Hal ini membuktikan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Belanja *Online* (Y). Menurut *Kotler* dan *Armstrong* (2012: 230) mengatakan kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Kualitas Produk dapat mempengaruhi atau meningkatkan Minat Belanja seseorang atau konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arief Adi Satria (2017) dengan judul Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36, dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36.

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat Pengaruh positif antara Kualitas Produk terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi. Semakin bagus Kualitas suatu Produk semakin tinggi juga Minat Belanja konsumen.

**4.6.2 Apakah terdapat Pengaruh Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi**

Dalam rumusan masalah yang kedua menggunakan hipotesis kedua yaitu apakah terdapat pengaruh Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dari Potongan Harga (X2) terhadap Minat Belanja *Online* (Y). hal tersebut dapat dibuktikan melalui hasil analisis Uji t dengan menggunakan bantuan program *SPSS* 21 *for windows* yang menunjukkan nilai thitung Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* yaitu sebesar 0,619 sedangkan nilai ttabel sebesar 1,981 sehingga memperoleh hasil bahwa thitung < ttabel yaitu 0,619 < 1,981. Hal ini membuktikan bahwa variabel Potongan Harga (X2) secara persial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Belanja *Online* (Y). Menurut Simamora (2010: 154) potongan harga adalah potongan tunai yang ditawarkan untuk diberikan kepada para konsumen yang akan membeli produk yang kita tawarkan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh *Marchelyno* Sundalangi1, Silvya L. Mandey2 dan Rotinsulu Jopie Jorie3 (2014) dengan judul Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Potongan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado, dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa Potongan Harga memiliki Pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada Pizza Hut Manado. Berdasarkan hasil pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif antara Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi.

**4.6.3 Apakah terdapat Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi**

Dalam rumusan masalah ketiga yaitu Apakah terdapat Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi. Berdasarkan hasil uji regresi berganda dengan perhitungan menggunakan bantuan program *SPSS* 21 *for windows* diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan antara variabel Kualitas Produk (X1) dan Potongan Harga (X2) terhadap Minat Belanja *Online* (Y) menunjukkan tingkat signifikan (sig) sebesar 16,847 sedangkan nilai Ftabel sebesar 3,08. Dikarenakan nilai Fhitung > Ftabel yaitu 16,847 > 3,08 maka H0 ditolak, sehingga terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk dan Potongan Harga terhdap Minat Belanja *Online*. Menurut Anang (2020: 44) belanja *online* adalah aktivitas pembayaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet dan jaringan komputer. Belanja *online* juga dapat didefinisikan sebagai aktivitas penggunaan teknologi informasi dan komunikasi pengolahan digital dalam melakukan transaksi bisnis untuk menciptakan, mengubah, dan mendefinisikan kembali hubungan antara penjual dan pembeli. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Moh. Usman Kurniawan1 dan Firman Ashadi2 dengan judul Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa di Kabupaten Jamber (2016), Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Atmosfer, Produk, Harga, Promosi, Kepercayaan, Pelayanan, dan Orientasi terhadap Minat Belanja *Online*.

Berdasarkan hasil pembahasan diatas bahwa terdapat pengaruh positif antara Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi. Semakin bagus kualitas suatu produk dan semakin besar jumlah Potongan Harga yang diberikan, semakin tinggi pula Minat Belanja Konsumen.

**BAB V**

**PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Beanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi. Dapat dibuat kesimpulan, Implikasi dan saran dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

**5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data, pengujian hipotesis, serta hasil pembahasan yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi. Hal ini ditunjukkan melalui penghitungan dari nilai thitung lebih besar dari ttabel (5,466 > 1,981). Artinya semakin bagus Kualitas Produk yang ditwarkan makan akan semakin tinggi juga Minat Belanja *Online* seseorang atau konsumen.
2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi. Hal ini ditunjukkan melalui penghitungan dari thitung lebih kecil dari ttabel (0,619 < 1,981). Artinya potongan harga yang diberikan oleh pemilik toko *online* tidak mempengaruhi minat seseorang atau konsumen untuk berbelanja secara *online*, atau konsumen lebih memperhatikan Kualitas Produk disbanding Harga.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Potongan Harga secara bersama-sama atau simultan terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2018-2019 Universitas Jambi. Hal ini ditunjukkan dari nilai penghitungan dari nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel (16,847 > 3,08). Artinya semakin baik atau semakin bagus Kualitas suatu Produk yang ditawarkan atau dujual dan semakin besar Potongan Harga yang diberikan, maka akan mengakibatkan meningkatnya Minat Belanja *Online* seseorang atau konsumen.

**5.2 Implikasi**

Berdasarkan yang telah diuraikan diatas, maka implikasinya yaitu sebagai berikut: (1) kualitas produk telah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Belanja *Online.* Jika ingin meningkatkan minat seseorang atau konsumen untuk berbelanja *online* maka produk pakaian yang ditawarkan juga harus memiliki kualitas yang baik dan bagus. (2) Potongan Harga tidak terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja *online.* (3) Kualitas Produk dan Potongan Harga telah terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Belanja *Online.* Jika ingin meningkatkan minat konsumen dalam berbelanja *online* maupun berbelanja secara langsung maka upaya yang harus dilakukan pemilik perusahaan atau toko *online* yaitu terlebih dahulu meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan atau konsumen, memberikan harga yang pas dan juga bisa dengan memberikan potongan harga. Karena para Mahasiswa atau konsumen lainnya biasanya akan tertarik untuk melakukan belanja *online* maupun berbelanja secara langsung jika produk yang dijual menarik perhatian mereka, memiliki kualitas produk yang bagus, dan diberi potongan harga atau diskon.

**5.3 Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diuraikan diatas dengan berbagai keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian ini, maka penulis mencoba mengajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan atau Pemilik Toko *Online*

khendaknya menyediakan Produk-Produk dengan banyak pilihan dan unik (pembeda dengan perusahaan toko yang lain) hal ini agar konsumen lebih tertarik dalam berbelanja *online* diperusahaan.

1. Bagi Konsumen

Sebelum melakukan pembelian secara *Online* atau Belanja *Online* khendaknya mencari informasi mengenai barang atau produk yang akan dibeli.

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain atau mengkombinasikan variabel yang terdapat dalam penelitian ini dengan variabel lain.

**DAFTAR PUSTAKA**

Afif, M dan Krisdianto, 2020. Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Volume Penjualan pada PT. Sari Jaya Kharisma Abadi di Jombang, *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis, Vol. 3, No. 1,* Agustus 2020, Program Studi Manajemen, STIE Kartanegara Malang.

Agustina, Armereo dan Fitri, 2020. *Praktikum Statistik.* Cetakan Pertama. Kota Malang: Ahli media Press (Anggota IKAPI: 264/JTI/2020).

Al Ahror, Ubaidillah. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Milkmoo, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 6, No. 3,* Maret 2017, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA), Surabaya.

Aldy, Rochmat. 2017. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS.* Cetakan Ketiga. Ponorogi Indonesia: CV. Wade Group.

Alma, B. 2018. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta.

Anang, 2020. *Pengantar Marketing.* Cetakan Pertama. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.

Anggun Parabarini, Budi Heryanto, Puji Astuti, 2018. Pengaruh Promosi Penjualan dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Wardah di Toserba Brobudur Kediri, *JIMEK, Vol. 1, No. 2,* Desember 2018, Fakultas Ekonomi, Universitas Kediri.

Anita, Yulya Muharmi, Sri Tria Siska, 2018. Penentuan Tingkat Minat Belanja Online Melalui Media Sosial Menggunakan Metode Clustering K-Means, *Rang Teknis Journal, Vol.1, No 2,* Juni 2018, Fakultas Teknis UMSB.

Anwar, Rosian dan Adidarma, Wijaya. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada Minat Belanja Online, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, Vol. 14, No. 2,* Juni 2016, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie.

Arfani Bahar dan Herman Sjaharuddin, 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang, *Jurnal Organisasi dan Manajemen, Vol.3,* September 2015, Program Studi Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bongaya Makassar.

Asdiansyuri, Ulfiyani. 2020. Analisis Pengaruh Religiusitas, Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Beli Online Mahasiswa (Studi Kasus Pada Stie Amm Mataram), *Jurnal Kompetatif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan,*

*Manajemen dan Akuntansi, Vol. 6, No. 2,* September 2020, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram.

Assauri, S. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Autoprawira, bagas herlambang dan Retnawati, berta Bekti. 2020.Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli melalui Variabel Citra Merek Produk Piero (studi pada followers Instagram @piero\_jateng\_diy), Fokus Ekonomi, *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Vol. 15, No. 1,* Juni 2020.

Baskara, Indra Bayu. 2018. Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (studi pada pengunjung Matahari Departement Store Johar Plaza Jember), Department of Management FEB UMM.

Chaplin, J.P. 2002. *Kamus Psikologi.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Christiani, Lintang Citra. 2018. Dimensi Mcdonalisasi Lazada Online Mall: Sebuah Model Modernisasi Sistem Belanja*, Jurnal Komunikasi dan Kajian Media, Vol. 2, No. 1,* April 2018, Universitas Tidar.

Darmadi, 2017. *Pengembangan Model Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa.* Cetakan Pertama. Yogyakarta: Grup Penerbit CV Budi Utama.

Dedy dan Dita, 2018. Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 9, No. 2, 2018,* Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sumatera Utara.

Didin dan Anang. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan).* Cetakan Pertama. Yogyakarta: CV. Budi Utama.

Djaali, 2018. *Psikologi Pendidikan.* Edisi 1. Cetakan Ke 11. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Ernawati, Diah. 2019.Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk HI Jack Sandals Bandung, *Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 7, No. 1,* 2019, Parbanas Institute.

Fadila, Rahayu dan Harry, 2019. *Penerapan Metode Naïve Bayes dan Skala Likert pada Aplikasi Prediksi Kelulusan Mahasiswa.* Cetakan Pertama. Bandung: Kreatif Industri Nusantara.

Ferdiansyah, M dan Hidayat, Saiful. 2020. Membangun Aplikasi Pemasaran Produk untuk Meningkatkan potensi Daerah pada Kecamatan Negerikaton Kabupaten Pesawaran, *Onesismik, Vol. 4, No. 2,* 2020, Program Studi Teknis Informatika, STMIK Tunas Bangsa, Bandar Lampung dan Program Studi Manajemen Informatika, AMIK dian Cipta Cendikia, Bandar Lampung.

Geovani Sianipar dan Murni Marbun, 2020. Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Jumlah Diskon Produk Pada PT. Indomarco Prismatama Beringin 5-7 Tembung Menggunakan Metode SAW, *Jurnal Of Informatic Pelita Nusantara, Vol. 5, No. 1,* Maret 2020, Teknik Informatika, STMIK Pelita Nusantara, Jalan Iskandar Muda No. 1 Medan.

Hamid, 2017. Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Cetakan Ke 1. Makassar: CV. Sah Media.

Harum Al Rasyid dan Agus Tri Indah, 2018. Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tanggerang Selatan, Perspektif, *Vol. 16, No. 1,* Maret 2018, AMIK BSI Jakarta dan ASM BSI Jakarta.

Hasan Sazali dan Fakhrur Rozi, 2020. Belanja Online dan Jebakan Budaya Hidup Digital pada Masyarakat Milenial, *Jurnal Simbolika Research and learning in Communication Study, 6 (2),* Oktober 2020, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia.

Hermawan, Iwan. 2019. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode.* Cetakan Pertama. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.

I Wayan Sudangga Aditya dan Made Jatra, 2019. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Pengalaman Belanja Online, dan Akses Informasi Terhadap Niat Beli Ulang (Studi pada Pembelian Online sepatu sepak bola merk specs di Kota Denpasar), *E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 4,* 2019, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.

Irsa Egi Lestari, Mahdiyah Fitriyah, dan Riska Fitri Rahmawati. 2019. Penggunaan Koin Shoppee dalam Jual Beli Salam di Shoppee, *El-Qist, Vol. 9, No. 1,* 2019 UIN Sunan Ampel Surabaya.

Juri & Suparno, 2020. *Pendidikan dan Politik.* Jember, Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi (Anggota IKAPI).

Khairinal, 2017. *Pengantar Bisnis.* Salim Media Indonesia (Anggota IKAPI).

*Kotler* dan *Keller,* 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jilid 1. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.

*Kotler, Philip* dan Gary *Armstrong,* 2012. *Principles Of Marketing 14E.* New Jersey: Pearson Education, Inc.

Kurniati, 2015. *Kewirausahaan Industri.* Edisi Ke 1, Cetakan Ke 1. Yogyakarta: Grup Penerbit CV Budi Utama.

Mamik, 2015. *Metodologi Kualitatif.* Cetakan Pertama. Taman Siduarjo: Zifatama Publisher. Anggota IKAPI No. 149/JTI/2014.

Masruri, 2015. *Membangun Toko Online dengan Joomla & j2 store.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

*Meigie* Putri Dalihade, James D. D Massie, dan Maria V. J Tielung, 2017. Pengaruh Potongan Harga dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store Mega Mall Manado, *Jurnal EMBA, Vol. 5, No.3,* September 2017, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado.

Meldarianda dan Lisa, 2010. Pengaruh *Store* *Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Café Atmosphere* Bandung, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Vol. 17, No. 2,* Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Mendrofa, Natanael Arya Nanda dan Sunaryanto, Lasmono Tri, 2020. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Belanja Online di Pasar Tradisional Kota Semarang (Studi Kasus pada Konsumen Situs Tumbasin.id), *Agrika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian, Vol. 14, No. 1,* Mei 2020, Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.

Moh. Usman Kurniawan, dan Firman Ashadi, 2018. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Belanja Online Pada Mahasiswa Di Kabupaten Jember, *EcoSocio: Jurnal Ilmu dan Pendidikan Ekonomi-Sosial, Vol. 2, No. 2,* November 2018, IKIP PGRI Jember.

Morissan, 2015. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa.* Jakarta: Kencana Perdana.

Nasrudin, Juhana. 2019. *Metodologi Penelitian Pendidikan (buku ajar praktis cara membuat penelitian).* Bandung: PT. Panca Terra Firma.

Nazamuddin, 2020. *Memahami Makroekonomi Melalui Data dan Fakta.* Cetakan Pertama. Banda Aceh, Aceh: Syiah Kuala University Press.

Nikolaus, 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS.* Cetakan Pertama. Yogyakarta: CV. Budi Utama.

Nurhayati, Siti. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta, *JBMA, Vol. 4, No. 2,* September 2017, Akademi Manajemen Administrasi Ypk Yogyakarta.

Permana, Ade Indra. 2020.Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan di Situs Belanja Onlie Bukalapak, *Ekonomi Bisnis, Vol. 25, No. 2,* Januari 2020, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Syekh Yusuf Tanggerang.

Pradana, Aria Ahmad dan Wahyuningsyha. Retno Yustini. 2019. Analisis Pengaruh Potongan Harga, Paket Bonus, Pajangan dalam Toko dan Suasana Toko Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada pelanggan Minimarket Indomaret Hybrid di Kota Semarang, *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan, Vol. 2, No. 1,* April 2019, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata.

Priansa, Donni Juni. 2016. Pengaruh E-Wom dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online di Lazada,*Ecodemica,* *Vol. 4, No. 1,* April 2016, Universitas Telkom.

Putra, Nobel Ibrahim. Pangestuti, Edriana dan Devita, Lusy Deasyana Rahma. 2018. Pengaruh Diskon dan Pemberian Hadiah Terhadap Pembelian Implusif Pada Fashion Retail (Survei Online Pada Konsumen Matahari Department Store di Malang Town Squaere), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 61, N0. 4,* Agustus 2018, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya.

Rahmat S.E., M.M. 2018. Kontribusi Potongan Harga Terhadap Penjualan pada Lianco Mandiri Coorporate (LMC)-Liano Group Tapanuli Selatan, *Vol. 6, No. 3,* Edisi Oktober 2018, Dosen Program Studi Manajemen FE-UGN Padangsidimpuan.

Riska Asnawi Nyonyie, J,A,F. Kalangi dan Lucky F. Tamengkel, 2019. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 9, No. 3,* 2019,Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado.

Rizky Y.S Emor dan Agus Supandi Soegoto, 2015.Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu, *Jurnal EMBA, Vol. 3, No, 2,* Juni 2015, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado.

Sari, 2015. *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial.* Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Sarwandi, 2016. *Joomla 3.5 Untuk Pemula.* Macam-macam Perangkat Lunas CMS.

Satria, Arief Adi. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36, *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 2, No. 2,* April 2017, Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Ciputara Surabaya.

Selviana dan Setyowati, Retno Budi. 2019. Pengaruh sikap belanja online terhadap trust melalui mediator kepuasan pelanggan, *IKRAITH-HUMANIORA, Vol. 3, No. 2,* Juli 2019, Universitas Perseda Indonesia YAI.

Senny Febiola Rumangkang, Olivia Syanne Nelwan dan Irvan Trang, 2014. Potongan Harga dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian anak Pada Matahari Megamas Manado, *Jurnal EMBA, Vol. 2, No. 4,* Desember 2014, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado.

Sigit, Kharisma Nawang dan Soliha, Euis. 2017. Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah, *Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol. 21, No. 1,* Januari 2017*,* Departemen Magister Manajemen Program Pascasarjana dan Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang.

Silvia Buyung, Silvya L. Mandey dan Jacky, 2016. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian produk semen Tiga Roda di Toko Lico.

Simmamora, Henry. 2010. *Manajemen Pemasaran Internasional.* Jilid II, Cetakan Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

Siregar, Budi Gautama. 2018. Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, *Takzir: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu sosial dan Keislaman, Vol. 04, No. 1,* Juni 2018, IAIN Padangsidimpuan.

Siyoto dan Sodik, Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian.* Cetakan 1. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Slameto, 2015. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi.* Jakarta: PT Rineka Cipta.

Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&B.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sujanto, Raditia Yudistira. 2017. Csr Internal Manajemen Bukalapak Sebagai Bentuk Investasi Sosial dan Peningkatan Kualitas Komunikasi Sosial Internal Perusahaan, *Jurnal Komunikatif, Vol. 6, No. 2,* Desember 2017, Universitas Aisyiyah Yogyakarta.

Sukardi, 2015. *Metodologi Penelitian Pendidikan.* Jakarta: PT Bumi Aksara.

Supangkat, Aditya Hangga 2017. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 6, No. 9,* September 2017*,* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA), Surabaya.

Suparyanto dan Rosad, 2015. *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: In Media.

Suri Amalia dan M. Olan Asmara Nst, 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa, *Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 6, No. 1,* Mei 2017, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra.

Susanto, Singgih. 2019. *Mahir Statistik Parametrik, Konsep dasar dan Aplikasi dengan SPSS.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Anggota IKAPI.

Syofian, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual & SPSS.* Edisi Pertama. Jakarta: Kencana (Divisi dari Prenamedia Group).

Tarjo, 2019. *Metode Penelitian.* Cetakan Pertama. Yogyakarta: CV. Budi Utama. Anggota IKAPI.

Umar Bakti, Hairudin dan Maria Septijantini Alie, 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung, *Jural Ekonomi, Vol. 22, No. 1,* Februari 2020, Universitas Mitra Indonesia.

Ummu Habibah dan Sumiati, 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetikwardah di kota Bangkalan Madura, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 1, No. 1,* Maret 2016, Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya.

Utomo, Ayub A. 2019. Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen tentang produk cacat berdasarkan Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, *Lex Privatum, Vol. 7, No. 6,* Juli-September 2019.

Veronika, Jihan dan Hikmah, 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tempe di Kota Batam, *Jurnal of Management, Acconting, Economic and Business, Vol. 01, No. 02,* 2020, Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam, Batam.

Wahab, 2015. *Psikologi Belajar.* Edisi Ke 1, Cetakan Ke 1. Jakarta: PT Raja Grafindo Perseda.

Wijaya, Petra Surya Mega dan Teguh, Christina. (2012), Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli di Online Shop Specialis Guess, *JRMB, Vol. 7, No. 2,* Desember 2012, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

Yusuf dan Lukman, 2018. *Analisis Data, Penelitian Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan.* Cetakan Pertama. Bogor: PT. Penerbit IPB Press. Anggota IKAPI.

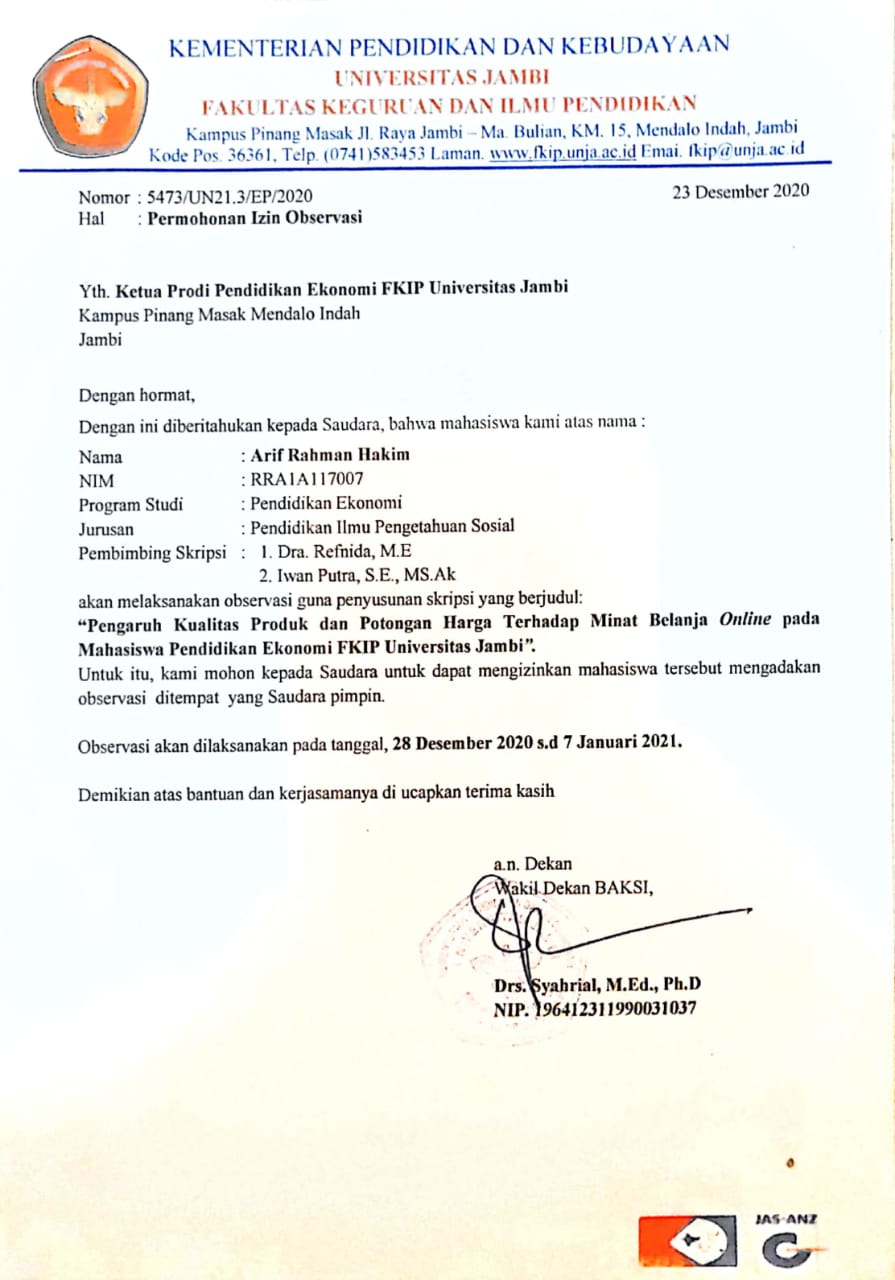
**LAMPIRAN**

**Lampiran 1. Tempat Penelitian**

****

****

**Lampiran 2. Surat Permohonan Izin Observasi**



**Lampiran 3. Hasil Observasi Awal**

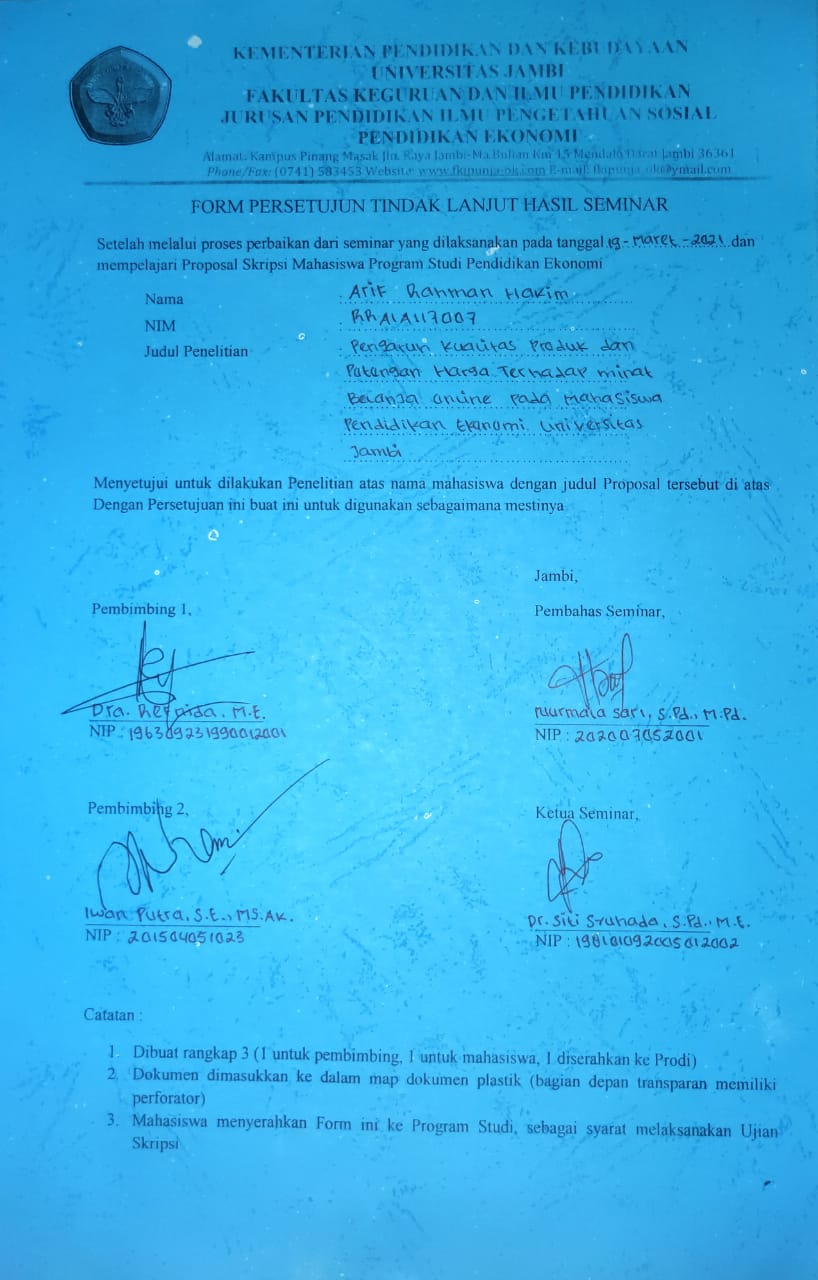
|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Nama** | **NIM** | **ANGKATAN** | **Saya Membeli Produk Pakaian karena motifnya yang menarik.** | **Besaran Potongan Harga yang diberikan oleh pemilik Toko *Online* pada suatu Pakaian menambah minat saya untuk berbelanja *Online.*** | **Saya lebih tertarik membeli pakaian secara *online* disbanding datang langsung ke pusat perbelanjaan lainnya.** |
| 1 | Natasa | A1A118001 | 2018 | Ya | Ya | Ya |
| 2 | Indah Apriliana | A1A118002 | 2018 | Ya | Tidak | Tidak |
| 3 | Mika Natasya A.S | A1A118003 | 2018 | Ya | Tidak | Tidak |
| 4 | Charles David Siahaan | A1A118005 | 2018 | Ya | Tidak | Tidak |
| 5 | Ayu Anjas Wati | A1A118004 | 2018 | Tidak | Ya | Tidak |
| 6 | Ririn Kartika | A1A118006 | 2018 | Ya | Tidak | Tidak |
| 7 | Alpian Putra Zega | A1A118007 | 2018 | Ya | Ya | Ya |
| 8 | Linda | A1A118008 | 2018 | Ya | Ya | Tidak |
| 9 | Rachmat Trianjaya | A1A118009 | 2018 | Ya | Ya | Ya |
| 10 | Dini Azizah | A1A118010 | 2018 | Ya | Ya | Tidak |
| 11 | Tri Wulandari | A1A118011 | 2018 | Ya | Ya | Ya |
| 12 | Sulis Daryanti | A1A118012 | 2018 | Ya | Tidak | Ya |
| 13 | Kartika Nawang Wulan | A1A118013 | 2018 | Ya | Tidak | Ya |
| 14 | Ilham Oktavian | A1A118017 | 2018 | Ya | Ya | Tidak |
| 15 | Muhammad Fiqri | A1A118019 | 2018 | Ya | Tidak | Ya |
| 16 | Hotmartua Hutabarat | A1A118039 | 2018 | Ya | Ya | Ya |
| 17 | Ahmad Fahruroji | A1A118044 | 2018 | Ya | Tidak | Ya |
| 18 | Fitri Lestari | A1A118045 | 2018 | Ya | Ya | Ya |
| 19 | Ramero Seragi | A1A118047 | 2018 | Ya | Ya | Ya |
| 20 | Riski Rona Annisa | A1A118048 | 2018 | Ya | Ya | Ya |
| 21 | Karisma | A1A118051 | 2018 | Ya | Ya | Ya |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 22 | Wildah Fauziah Muhata | A1A118052 | 2018 | Ya | Ya | Ya |
| 23 | Muhammad Ilham | A1A118055 | 2018 | Ya | Tidak | Ya |
| 24 | Nirmala Winda | A1A118056 | 2018 | Tidak | Tidak | Ya |
| 25 | Wira Aditya | A1A118059 | 2018 | Ya | Tidak | Ya |
| 26 | Anggun Sri Lestari | A1A118060 | 2018 | Ya | Ya | Ya |
| 27 | Muhammad Fadel Erfan | A1A118063 | 2018 | Ya | Ya | Tidak |
| 28 | Gilarang Ramadhan | A1A118030 | 2018 | Ya | Ya | Ya |
| 29 | Muhamad Febrian Fajri | A1A118027 | 2018 | Ya | Ya | Ya |
| 30 | Sartika Dewi | A1A118036 | 2018 | Ya | Ya | Tidak |
| 31 | Kamilah | A1A118043 | 2018 | Ya | Tidak | Ya |
| 32 | Sinta Maudiana | A1A119001 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 33 | Vina Alpionita | A1A119002 | 2019 | Ya | Tidak | Tidak |
| 34 | Risfa Andria Nuraini | A1A119003 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 35 | Seli Putri Monalisa | A1A119004 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 36 | Rindi Setiana | A1A119005 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 37 | Denny Aditya | A1A119007 | 2019 | Ya | Tidak | Tidak |
| 38 | Akbar Torihot Tampubolon | A1A119009 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 39 | Leni Kurnia | A1A119011 | 2019 | Tidak | Ya | Ya |
| 40 | Sylvia Romadona Dly | A1A119017 | 2019 | Ya | Tidak | Ya |
| 41 | Ulfah Yuziya Hasanah | A1A119021 | 2019 | Tidak | Tidak | Tidak |
| 42 | Muhammad Tomi Maulana | A1A119023 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 43 | Adi Tri Saputra | A1A119026 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 44 | Nanda Sigit Ariyanto | A1A119027 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 45 | Riska Yulianingsih | A1A119030 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 46 | Reflina Ms. Gultom | A1A119035 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 47 | Marjuni Nabila Sari | A1A119038 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 48 | Ruth Abigail Br Tarigan | A1A119041 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 49 | Samsu Alam | A1A119006 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 50 | Pelita Suryati Samosir | A1A119020 | 2019 | Ya | Tidak | Tidak |
| 51 | Risti Indah Aprilia | A1A119034 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 52 | Lewita Dwi Cahyani | A1A119028 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 53 | Rindi Setiana | A1A119005 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 54 | Dewi Puspita Sari | A1A119049 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 55 | Aulia Nurul Aini | A1A119067 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 56 | Andreas Hadinata | A1A119072 | 2019 | Ya | Tidak | Tidak |
| 57 | Dyah Setiawati Putri Tampubolon | A1A119073 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 58 | Elisabet Horida Pasaribu | A1A119076 | 2019 | Tidak | Ya | Ya |
| 59 | Agustina Anggriani | A1A119079 | 2019 | Tidak | Tidak | Tidak |
| 60 | Ika Kumala Afiqoh | A1A119080 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 61 | Sinta Putri Romaito Pane | A1A119086 | 2019 | Ya | Tidak | Ya |
| 62 | Hutommy | A1A119088 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 63 | Ahmad Dimas Saputra | A1A119090 | 2019 | Ya | Ya | Ya |
| 64 | Anggie Betri Purnama Ardi | A1A119094 | 2019 | Ya | Tidak | Tidak |
| 65 | Denia Oktaria | A1A119095 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 66 | Itdatul Jannah | A1A119099 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 67 | Rif`At Khairunnisa Mewiarni | A1A119102 | 2019 | Ya | Tidak | Tidak |
| 68 | Wiji | A1A119014 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 69 | Mega Putri Aulia | A1A119015 | 2019 | Tidak | Ya | Tidak |
| 70 | Roni Jetri Simamora | A1A119032 | 2019 | Tidak | Tidak | Tidak |
| 71 | Ispiyana Sari | A1A119042 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 72 | Vuja Monica Sari | A1A119043 | 2019 | Ya | Tidak | Tidak |
| 73 | Lenny Yanti | A1A119044 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 74 | Fitria Wulandari | A1A119046 | 2019 | Tidak | Ya | Tidak |
| 75 | Nadya Agustin Dwi Putri | A1A119047 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 76 | Rolita Paska Ria Siregar | A1A119050 | 2019 | Ya | Tidak | Tidak |
| 77 | Nurani Mila Utami | A1A119052 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 78 | Sukma Silvia | A1A119054 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 79 | Ados Aleksander Sianturi | A1A119056 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 80 | Fitri Haryani | A1A119057 | 2019 | Tidak | Tidak | Tidak |
| 81 | Neri Larasati | A1A119058 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 82 | Halimah Tusa`Diah | A1A119060 | 2019 | Ya | Tidak | Tidak |
| 83 | Reny Riyana | A1A119061 | 2019 | Ya | Tidak | Tidak |
| 84 | Tantowy | A1A119062 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 85 | Mega Yanti | A1A119065 | 2019 | Ya | Tidak | Tidak |
| 86 | Ela Rizka Yulandari | A1A119066 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 87 | Fany Rahmadianti. A | A1A119068 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 88 | Dearti | A1A119070 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 89 | Rezik Mohd. Rozak | A1A119078 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 90 | Denia Br Tarigan | A1A119081 | 2019 | Ya | Tidak | Tidak |
| 91 | Auza Tiara Mei Liyati | A1A119084 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 92 | Trianna Putri | A1A119097 | 2019 | Ya | Ya | Tidak |
| 93 | Welda Mayori | A1A118025 | 2018 | Ya | Tidak | Tidak |

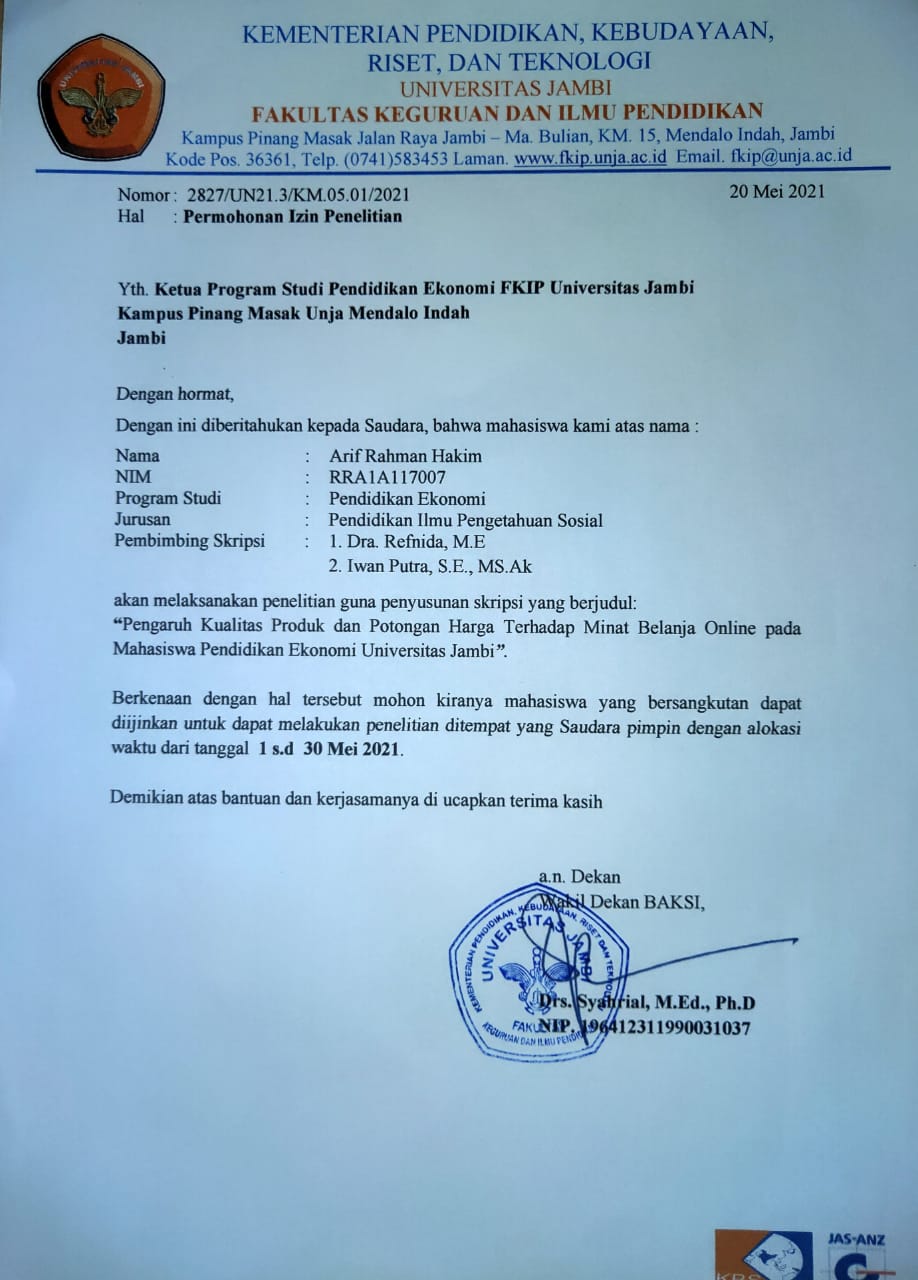
**Lampiran 4. Nama-Nama Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **NO** | **NIM** | **NAMA** | **ANGKATAN** |
| 1 | A1A118001 | Natasa | 2018 |
| 2 | A1A118002 | Indah Apriliana | 2018 |
| 3 | A1A118003 | Mika Natasya A.S | 2018 |
| 4 | A1A118004 | Ayu Anjas Wati | 2018 |
| 5 | A1A118005 | Charles David Siahaan | 2018 |
| 6 | A1A118006 | Ririn Kartika | 2018 |
| 7 | A1A118007 | Alpian Putra Zega | 2018 |
| 8 | A1A118008 | Linda | 2018 |
| 9 | A1A118009 | Rachmat Trianjaya | 2018 |
| 10 | A1A118010 | Dini Azizah | 2018 |
| 11 | A1A118011 | Tri Wulandari | 2018 |
| 12 | A1A118012 | Sulis Daryanti | 2018 |
| 13 | A1A118013 | Kartika Nawang Wulan | 2018 |
| 14 | A1A118014 | Rahmatil Ummah | 2018 |
| 15 | A1A118015 | Meilinda Tri Wulandari | 2018 |
| 16 | A1A118016 | Era Susianty | 2018 |
| 17 | A1A118017 | Ilham Oktavian | 2018 |
| 18 | A1A118018 | Gita Delviaman | 2018 |
| 19 | A1A118019 | Muhammad Fiqri | 2018 |
| 20 | A1A118020 | Nur Layli Azura | 2018 |
| 21 | A1A118021 | Andyka Wiratama | 2018 |
| 22 | A1A118022 | Farra Shazrena | 2018 |
| 23 | A1A118023 | Ely Faleina | 2018 |
| 24 | A1A118024 | Kurnia Nurul Fitriani | 2018 |
| 25 | A1A118025 | Welda Mayori | 2018 |
| 26 | A1A118026 | Lasmawati Br Turnip | 2018 |
| 27 | A1A118027 | Muhamad Febrian Fajri | 2018 |
| 28 | A1A118028 | Atik Nia | 2018 |
| 29 | A1A118029 | Desta Yunia Cahyani | 2018 |
| 30 | A1A118030 | Gilang Rhamadan | 2018 |
| 31 | A1A118031 | Nichea Miza Jayenti | 2018 |
| 32 | A1A118032 | Fitriyani | 2018 |
| 33 | A1A118033 | Bintang Maharani | 2018 |
| 34 | A1A118034 | Evilia Agustina | 2018 |
| 35 | A1A118035 | Munfa Ati | 2018 |
| 36 | A1A118036 | Sartika Dewi | 2018 |
| 37 | A1A118037 | Nopita Sari Manik | 2018 |
| 38 | A1A118038 | Anisa Wahyuni | 2018 |
| 39 | A1A118039 | Hotmartua Hutabarat | 2018 |
| 40 | A1A118040 | Hanna Lestari Silalahi | 2018 |
| 41 | A1A118041 | Ayu Asmarani R | 2018 |
| 42 | A1A118042 | Lailatul Fadilah | 2018 |
| 43 | A1A118043 | Kamilah | 2018 |
| 44 | A1A118044 | Ahmad Fahruroji | 2018 |
| 45 | A1A118045 | Fitri Lestari | 2018 |
| 46 | A1A118047 | Ramero Saragi | 2018 |
| 47 | A1A118048 | Riski Rona Annisa | 2018 |
| 48 | A1A118050 | Eka Feri Yanti | 2018 |
| 49 | A1A118051 | Karisma | 2018 |
| 50 | A1A118052 | Wildah Fauziah Muhata | 2018 |
| 51 | A1A118053 | Selvina K. Perangin - Angin | 2018 |
| 52 | A1A118054 | Dinda Astriani | 2018 |
| 53 | A1A118055 | Muhamad Ilham | 2018 |
| 54 | A1A118056 | Nirmala Winda | 2018 |
| 55 | A1A118057 | Iren Apriliani | 2018 |
| 56 | A1A118058 | Dian Raphita | 2018 |
| 57 | A1A118059 | Wira Aditya | 2018 |
| 58 | A1A118060 | Anggun Srilestari | 2018 |
| 59 | A1A118061 | Nia Audina | 2018 |
| 60 | A1A118063 | Muhammad Fadel Erfan | 2018 |
| 61 | A1A119001 | Sinta Maudiana | 2019 |
| 62 | A1A119002 | Vina Alpionita | 2019 |
| 63 | A1A119003 | Risfa Andria Nuraini | 2019 |
| 64 | A1A119004 | Seli Putri Monalisa | 2019 |
| 65 | A1A119005 | Rindi Setiana | 2019 |
| 66 | A1A119006 | Samsu Alam | 2019 |
| 67 | A1A119007 | Denny Aditya | 2019 |
| 68 | A1A119008 | Nova Restu Widiati | 2019 |
| 69 | A1A119009 | Akbar Torihot Tampubolon | 2019 |
| 70 | A1A119010 | Afika Wulandari | 2019 |
| 71 | A1A119011 | Leni Kurnia | 2019 |
| 72 | A1A119012 | Siti Hijrianti | 2019 |
| 73 | A1A119013 | Erdyansyah | 2019 |
| 74 | A1A119014 | Wiji | 2019 |
| 75 | A1A119015 | Mega Putri Aulia | 2019 |
| 76 | A1A119017 | Sylvia Romadona Dly | 2019 |
| 77 | A1A119018 | Evi Rusi Apriyani | 2019 |
| 78 | A1A119019 | Pitri Dwi Jayanti | 2019 |
| 79 | A1A118067 | Erika Sabatany Silaban | 2018 |
| 80 | A1A119020 | Pelita Suryati Samosir | 2019 |
| 81 | A1A119021 | Ulfah Yuziya Hasanah | 2019 |
| 82 | A1A119022 | Rashel Ahmadi Putra | 2019 |
| 83 | A1A119023 | Muhammad Tomi Maulana | 2019 |
| 84 | A1A119024 | Najwa Adiba | 2019 |
| 85 | A1A119025 | Mona Br Siahaan | 2019 |
| 86 | A1A119026 | Adi Tri Saputra | 2019 |
| 87 | A1A119027 | Nanda Sigit Ariyanto | 2019 |
| 88 | A1A119028 | Lewita Dwi Cahyani | 2019 |
| 89 | A1A119029 | Novita Eka Indriani | 2019 |
| 90 | A1A119030 | Riska Yulianingsih | 2019 |
| 91 | A1A119031 | Taufik Naufal | 2019 |
| 92 | A1A119032 | Roni Jetri Simamora | 2019 |
| 93 | A1A119033 | Tri Aulia Sundari | 2019 |
| 94 | A1A119034 | Risti Indah Aprilia | 2019 |
| 95 | A1A119035 | Reflina Ms. Gultom | 2019 |
| 96 | A1A119036 | Dita Lisnawati | 2019 |
| 97 | A1A119037 | Setia Pujiastuti | 2019 |
| 98 | A1A119038 | Marjuni Nabila Sari | 2019 |
| 99 | A1A119039 | Diza Regita Istiqomah | 2019 |
| 100 | A1A119040 | Magdalena Milani Tampubolon | 2019 |
| 101 | A1A119041 | Ruth Abigail Br Tarigan | 2019 |
| 102 | A1A119042 | Ispiyana Sari | 2019 |
| 103 | A1A119043 | Vuja Monica Sari | 2019 |
| 104 | A1A119044 | Lenny Yanti | 2019 |
| 105 | A1A119045 | Eka Theresia Sihotang | 2019 |
| 106 | A1A119046 | Fitria Wulandari | 2019 |
| 107 | A1A119047 | Nadya Agustin Dwi Putri | 2019 |
| 108 | A1A119048 | Nurkhofifah Tanjung | 2019 |
| 109 | A1A119049 | Dewi Puspita Sari | 2019 |
| 110 | A1A119050 | Rolita Paska Ria Siregar | 2019 |
| 111 | A1A119051 | Tasya Rahmadani | 2019 |
| 112 | A1A119052 | Nurani Mila Utami | 2019 |
| 113 | A1A119053 | Silviana Putri | 2019 |
| 114 | A1A119054 | Sukma Silvia | 2019 |
| 115 | A1A119055 | Sarwono Tumangger | 2019 |
| 116 | A1A119056 | Ados Aleksander Sianturi | 2019 |
| 117 | A1A119057 | Fitri Haryani | 2019 |
| 118 | A1A119058 | Neri Larasati | 2019 |
| 119 | A1A119059 | Esti Irantika Sofiyana | 2019 |
| 120 | A1A119060 | Halimah Tusa`Diah | 2019 |
| 121 | A1A119061 | Reny Riyana | 2019 |
| 122 | A1A119062 | Tantowy | 2019 |
| 123 | A1A119063 | Diana Ertika Wati | 2019 |
| 124 | A1A119064 | Zulisa | 2019 |
| 125 | A1A119065 | Mega Yanti | 2019 |
| 126 | A1A119066 | Ela Rizka Yulandari | 2019 |
| 127 | A1A119067 | Aulia Nurul Aini | 2019 |
| 128 | A1A119068 | Fany Rahmadianti. A | 2019 |
| 129 | A1A119069 | Silvia Julianti | 2019 |
| 130 | A1A119070 | Dearti | 2019 |
| 131 | A1A119071 | Diana Sari Limbong | 2019 |
| 132 | A1A119072 | Andreas Hadinata | 2019 |
| 133 | A1A119073 | Dyah Setiawati Putri Tampubolon | 2019 |
| 134 | A1A119074 | Titania Noviana | 2019 |
| 135 | A1A119075 | Aisyah Lukitatary Pramessariarda | 2019 |
| 136 | A1A119076 | Elisabet Horida Pasaribu | 2019 |
| 137 | A1A119077 | Sepha Aryanti | 2019 |
| 138 | A1A119078 | Rezik Mohd. Rozak | 2019 |
| 139 | A1A119079 | Agustina Anggriani | 2019 |
| 140 | A1A119080 | Ika Kumala Afiqoh | 2019 |
| 141 | A1A119081 | Denia Br Tarigan | 2019 |
| 142 | A1A119082 | Evita Dwiyana Hutagalung | 2019 |
| 143 | A1A119083 | Wilia Nurlisa | 2019 |
| 144 | A1A119084 | Auza Tiara Mei Liyati | 2019 |
| 145 | A1A119085 | Ike Novita Dila | 2019 |
| 146 | A1A119086 | Sinta Putri Romaito Pane | 2019 |
| 147 | A1A119087 | Agum Yudha Joni | 2019 |
| 148 | A1A119088 | Hutommy | 2019 |
| 149 | A1A119089 | Shely Desputri Usman | 2019 |
| 150 | A1A119090 | Ahmad Dimas Saputra | 2019 |
| 151 | A1A119091 | Theresia Miranda | 2019 |
| 152 | A1A119092 | Neneng Anjarwati | 2019 |
| 153 | A1A119093 | Berliani Anisa | 2019 |
| 154 | A1A119094 | Anggie Betri Purnama Ardi | 2019 |
| 155 | A1A119095 | Denia Oktaria | 2019 |
| 156 | A1A119096 | Widya Wati Manurung | 2019 |
| 157 | A1A119097 | Trianna Putri | 2019 |
| 158 | A1A119098 | Izzati Sumalyo | 2019 |
| 159 | A1A119099 | Itdatul Jannah | 2019 |
| 160 | A1A119100 | Tabligh Aviciena Randi | 2019 |
| 161 | A1A119101 | Fijar Abrori | 2019 |
| 162 | A1A119102 | Rif`At Khairunnisa Mewiarni | 2019 |
| 163 | A1A119103 | Theresia Pasaribu | 2019 |

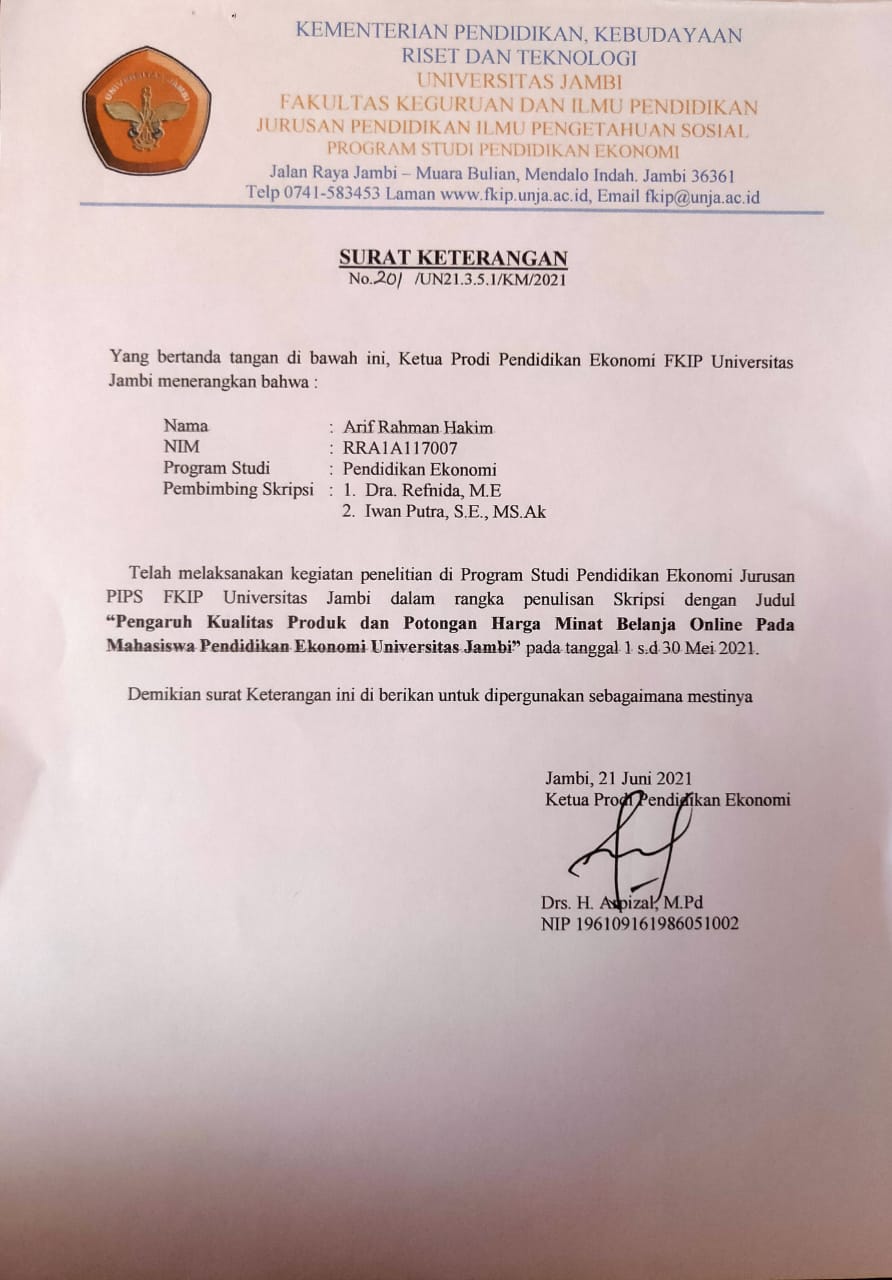
**Lampiran 5. From Persetujuan Tindak Lanjut Hasil Seminar**

****

**Lampiran 6. Surat Permohonan Izin Penelitian**

****

**Lampiran 7. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian**

****

**Lampiran 8. Kisi Instrumen Penilai**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kisi-Kisi Kualitas Produk** | | | |
| **No** | **Indikator** | **Item** | **Jumlah Item** |
| 1 | Bentuk (*Form*) | 1, 2 | 2 |
| 2 | Fitur (*Feature*) | 3, 4 | 2 |
| 3 | Kinerja (*Performance*) | 5, 6 | 2 |
| 4 | Kesan Kualitas *(Perceived quality)* | 7, 8 | 2 |
| 5 | Ketahanan *(durability)* | 9 | 1 |
| 6 | Keandalan *(Reliability)* | 10, 11 | 2 |
| 7 | Kemudahan Perbaikan *(Repairability)* | 12 | 1 |
| 8 | Gaya *(Style)* | 13, 14 | 2 |
| 9 | Desain *(Design)* | 15, 16 | 2 |
| 10 | Kemampuan Produk | 17 | 1 |
| 11 | Fungsi Produk | 18 | 1 |
| 12 | Kelebihan Produk | 19 | 1 |
| 13 | Nilai Produk | 20 | 1 |
| 14 | Daya Tahan Konsumen | 21, 22 | 2 |
| **Jumlah** | | | **22** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kisi-Kisi Potongan Harga** | | | |
| **No** | **Indikator** | **Item** | **Jumlah Item** |
| 1 | Besarnya Potongan Harga | 1, 2, 3, 4, 5 | 5 |
| 2 | Masa Potongan Harga | 6, 7 | 2 |
| 3 | Jenis Produk yang mendapatkan Potongan Harga | 8, 9, 10, 11 | 4 |
| **Jumlah** | | | **11** |
| **Kisi-Kisi Minat Belanja *Online*** | | | |
| **No** | **Indikator** | **Item** | **Jumlah Item** |
| 1 | Minat Transaksional | 1, 2 | 2 |
| 2 | Minat Referensial | 3, 4 | 2 |
| 3 | Minat Preferensial | 5 | 1 |
| 4 | Minat Eksploratif | 6, 7, 8, 9 | 4 |
| **Jumlah** | | | **9** |

**Lampiran 9. Instrumen Uji Coba Penelitian**

1. **Pendahuluan**

Assalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (Skripsi) di Universitas Jambi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Ekonomi. peneliti bermaksud mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi”. Pada kesempatan ini saya memohon bantuan dan kesediaan saudara/i untuk menjawab pertanyaan dalam angket yang peneliti ajukan. Kejujuran jawaban yang saudara/i berikan merupakan informasi yang berharga dalam penelitian ini. Informasi apapun yang anda berikan tidak akan disebar luaska dan dijaga kerahasiaannya, atas bantuan dan partisipasinya, peneliti ucapkan terimakasih.

Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Peneliti

Arif Rahman Hakim

RRA1A17007

1. **Data Pemografi**

Nama Lengkap Mahasiswa/i :

Nomor Induk Mahasiswa/i (NIM) :

Kelas :

Angkatan :

1. **Petunjuk Pengisian**

Berilah tanda checklist [√] pada salah satu pertanyaan/pernyataan yang sesuai dengan pilihan saudara/i. Adapun alternative jawabannya adalah sebagai berikut:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Sangat Tidak Setuju  (STS) | Tidak Setuju  (TS) | Setuju  (S) | Sangat Setuju  (SS) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |

1. **Pertanyaan Angket**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pertanyaan** | **Alternatif Jawaban** | | | |
| **STS** | **TS** | **S** | **SS** |
| **Kualitas Produk** | | | | | |
| 1. Bentuk (*Form*) | | | | | |
| 1 | Pakaian yang ada ditoko *online* mempunyai keindahan bentuk desain yang bagus. |  |  |  |  |
| 2 | Pakaian yang ada ditoko *online* mempunyai bentuk yang unik. |  |  |  |  |
| 1. Fitur (*Feature*) | | | | | |
| 3 | Saya membeli pakaian karena motifnya yang menarik. |  |  |  |  |
| 4 | Toko *online* memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk melakukan perbelanjaan. |  |  |  |  |
| 1. Kinerja (*Performance*) | | | | | |
| 5 | Kualitas pakaian yang tersedia ditoko *online* sudah jelas kenyamanannya saat digunakan |  |  |  |  |
| 6 | Produk apapun yang dibutuhkan ada di toko *online.* |  |  |  |  |
| 1. Kesan Kualitas *(Perceived quality)* | | | | | |
| 7 | Pakaian yang ada di toko *online* memiliki kesan kualitas atau keunggulan yang baik dibandingkan dengan pakaian yang ada di *mall.* |  |  |  |  |
| 8 | Pakaian yang ada di toko *online* memiliki harga yang murah dibandingkan dengan produk pakaian yang ada di *mall.* |  |  |  |  |
| 1. Ketahanan *(durability)* | | | | | |
| 9 | Pakaian yang tersedia ditoko *online* tidak mudah sobek dan luntur. |  |  |  |  |
| 1. Keandalan *(Reliability)* | | | | | |
| 10 | pakaian yang tersedia ditoko *online* dapat diandalkan kualitasnya. |  |  |  |  |
| 11 | Pakaian yang ada ditoko *online* sesuai dengan keinginan konsumen. |  |  |  |  |
| 1. Kemudahan Perbaikan *(Repairability)* | | | | | |
| 12 | pakaian yang saya beli di toko online memiliki bahan yang mudah diperbaiki. |  |  |  |  |
| 1. Gaya *(Style)* | | | | | |
| 13 | Pakaian yang ada ditoko *online* memiliki gaya yang sesuai dengan selera saya (konsumen). |  |  |  |  |
| 14 | Gaya pakaian yang dijual ditoko *online* mengikuti perkembangan zaman. |  |  |  |  |
| 1. Desain *(Design)* | | | | | |
| 15 | Toko *online* selalu menyediakan desain pakaian terbaru. |  |  |  |  |
| 16 | Pakaian yang ada ditoko *online* di desain dengan semanarik mungkin. |  |  |  |  |
| 1. Kemampuan Produk | | | | | |
| 17 | Pakaian yang saya beli di toko *online* mampu memberikan kenyamanan saat digunakan atau dipakai. |  |  |  |  |
| 1. Fungsi Produk | | | | | |
| 18 | Pakaian berfungsi melindungi tubuh saya dari trik sinar matahari. |  |  |  |  |
| 1. Kelebihan Produk | | | | | |
| 19 | Pakaian yang ada ditoko *online* memiliki jahitan yang rapi |  |  |  |  |
| 1. Nilai Produk | | | | | |
| 20 | Saya merasa puas dengan Pakaian yang saya beli di toko *online*. |  |  |  |  |
| 1. Daya Tahan Konsumen | | | | | |
| 21 | Ketika khendak membeli suatu pakaian saya akan membelinya secara *online*. |  |  |  |  |
| 22 | Saya merasa senang berbelanja secara *online.* |  |  |  |  |
| **Potongan Harga** | | | | | |
| 1. Besarnya Potongan Harga | | | | | |
| 1 | Besarnya potongan harga yang diberikan bervariasi. |  |  |  |  |
| 2 | Pakaian yang ada ditoko *online* selalu mendapatkan potongan harga yang besar. |  |  |  |  |
| 3 | Pakaian yang ada ditoko *online* selalu mendapatkan potongan harga yang kecil. |  |  |  |  |
| 4 | Pemilik Toko *online* memberikan potongan harga kepada konsumen dengan memperhitungkan perolehan keuntungan yang didapat dari usahanya. |  |  |  |  |
| 5 | Besaran potongan harga yang diberikan oleh pemilik toko *online* pada suatu pakaian menambah minat saya untuk berbelanja *online.* |  |  |  |  |
| 1. Masa Potongan Harga | | | | | |
| 6 | Potongan harga yang ada di toko *online* hanya diberikan pada waktu-waktu tertentu. |  |  |  |  |
| 7 | Toko *online* selalu memberikan potongan harga setiap harinya. |  |  |  |  |
| 1. Jenis Produk yang mendapatkan Potongan Harga | | | | | |
| 8 | Semua jenis produk yang ada di toko *online*  mendapatkan potongan harga. |  |  |  |  |
| 9 | Potongan harga yang ada ditoko *online* hanya diberikan pada produk-produk tertentu. |  |  |  |  |
| 10 | Pakaian yang saya beli secara *online* selalu mendapatkan potonga harga. |  |  |  |  |
| 11 | Pakaian lebih banyak mendapatkan potongan harga dibanding dengan produk lainnya. |  |  |  |  |
| **Minat Belanja *Online*** | | | | | |
| 1. Minat Transaksional | | | | | |
| 1 | Saya tertarik untuk membeli pakaian ditoko *online* karena tersedia berbagai macam jenis pakaian. |  |  |  |  |
| 2 | Saya lebih tertarik membeli pakaian secara *online* dibanding datang langsung ke pusat perbelanjaan lainnya. |  |  |  |  |
| 1. Minat Referensial | | | | | |
| 3 | Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli pakaian secara *online.* |  |  |  |  |
| 4 | Saya selalu menyarankan teman, kerabat, atau saudara saya untuk membeli pakaian secara *online.* |  |  |  |  |
| 5 | Saya selalu menyarankan kepada teman, kerabat, saudara saya untuk membeli produk apapun secara *online.* |  |  |  |  |
| 1. Minat Preferensial | | | | | |
| 6 | pakaian yang ada ditoko *online* lebih menarik perhatian saya. |  |  |  |  |
| 1. Minat Eksploratif | | | | | |
| 7 | Saya menanyakan informasi pakaian yang akan saya beli kepada orang yang sudah menggunakannya. |  |  |  |  |
| 8 | Saya tertatik untuk membeli Pakaian secara *online* ketika mendapat informasi dari teman atau kerabat. |  |  |  |  |
| 9 | Saya mencari informasi tentang pakaian yang akan saya beli di internet. |  |  |  |  |
| 10 | Saya menanyakan langsung ke penjual melalui chat tentang informasi pakaian yang akan saya beli. |  |  |  |  |

**Lampiran 10. Instrumen Penelitian**

1. **Pendahuluan**

Assalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (Skripsi) di Universitas Jambi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Ekonomi. peneliti bermaksud mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi”. Pada kesempatan ini saya memohon bantuan dan kesediaan saudara/i untuk menjawab pertanyaan dalam angket yang peneliti ajukan. Kejujuran jawaban yang saudara/i berikan merupakan informasi yang berharga dalam penelitian ini. Informasi apapun yang anda berikan tidak akan disebar luaska dan dijaga kerahasiaannya, atas bantuan dan partisipasinya, peneliti ucapkan terimakasih.

Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Peneliti

Arif Rahman Hakim

RRA1A17007

1. **Data Pemografi**

Nama Lengkap Mahasiswa/i :

Nomor Induk Mahasiswa/i (NIM) :

Kelas :

Angkatan :

1. **Petunjuk Pengisian**

Berilah tanda checklist [√] pada salah satu pertanyaan/pernyataan yang sesuai dengan pilihan saudara/i. Adapun alternative jawabannya adalah sebagai berikut:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Sangat Tidak Setuju  (STS) | Tidak Setuju  (TS) | Setuju  (S) | Sangat Setuju  (SS) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |

1. **Pertanyaan Angket**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pertanyaan** | **Alternatif Jawaban** | | | |
| **STS** | **TS** | **S** | **SS** |
| **Kualitas Produk** | | | | | |
| 1. Bentuk (*Form*) | | | | | |
| 1 | Pakaian yang ada ditoko *online* mempunyai keindahan bentuk desain yang bagus. |  |  |  |  |
| 2 | Pakaian yang ada ditoko *online* mempunyai bentuk yang unik. |  |  |  |  |
| 1. Fitur (*Feature*) | | | | | |
| 3 | Saya membeli pakaian karena motifnya yang menarik. |  |  |  |  |
| 4 | Toko *online* memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk melakukan perbelanjaan. |  |  |  |  |
| 1. Kinerja (*Performance*) | | | | | |
| 5 | Kualitas pakaian yang tersedia ditoko *online* sudah jelas kenyamanannya saat digunakan |  |  |  |  |
| 6 | Produk apapun yang dibutuhkan ada di toko *online.* |  |  |  |  |
| 1. Kesan Kualitas *(Perceived quality)* | | | | | |
| 7 | Pakaian yang ada di toko *online* memiliki kesan kualitas atau keunggulan yang baik dibandingkan dengan pakaian yang ada di *mall.* |  |  |  |  |
| 8 | Pakaian yang ada di toko *online* memiliki harga yang murah dibandingkan dengan produk pakaian yang ada di *mall.* |  |  |  |  |
| 1. Ketahanan *(durability)* | | | | | |
| 9 | Pakaian yang tersedia ditoko *online* tidak mudah sobek dan luntur. |  |  |  |  |
| 1. Keandalan *(Reliability)* | | | | | |
| 10 | pakaian yang tersedia ditoko *online* dapat diandalkan kualitasnya. |  |  |  |  |
| 11 | Pakaian yang ada ditoko *online* sesuai dengan keinginan konsumen. |  |  |  |  |
| 1. Kemudahan Perbaikan *(Repairability)* | | | | | |
| 12 | pakaian yang saya beli di toko online memiliki bahan yang mudah diperbaiki. |  |  |  |  |
| 1. Gaya *(Style)* | | | | | |
| 13 | Pakaian yang ada ditoko *online* memiliki gaya yang sesuai dengan selera saya (konsumen). |  |  |  |  |
| 14 | Gaya pakaian yang dijual ditoko *online* mengikuti perkembangan zaman. |  |  |  |  |
| 1. Desain *(Design)* | | | | | |
| 15 | Toko *online* selalu menyediakan desain pakaian terbaru. |  |  |  |  |
| 16 | Pakaian yang ada ditoko *online* di desain dengan semanarik mungkin. |  |  |  |  |
| 1. Kemampuan Produk | | | | | |
| 17 | Pakaian yang saya beli di toko *online* mampu memberikan kenyamanan saat digunakan atau dipakai. |  |  |  |  |
| 1. Fungsi Produk | | | | | |
| 18 | Pakaian berfungsi melindungi tubuh saya dari trik sinar matahari. |  |  |  |  |
| 1. Kelebihan Produk | | | | | |
| 19 | Pakaian yang ada ditoko *online* memiliki jahitan yang rapi |  |  |  |  |
| 1. Nilai Produk | | | | | |
| 20 | Saya merasa puas dengan Pakaian yang saya beli di toko *online*. |  |  |  |  |
| 1. Daya Tahan Konsumen | | | | | |
| 21 | Ketika khendak membeli suatu pakaian saya akan membelinya secara *online*. |  |  |  |  |
| 22 | Saya merasa senang berbelanja secara *online.* |  |  |  |  |
| **Potongan Harga** | | | | | |
| 1. Besarnya Potongan Harga | | | | | |
| 1 | Besarnya potongan harga yang diberikan bervariasi. |  |  |  |  |
| 2 | Pakaian yang ada ditoko *online* selalu mendapatkan potongan harga yang besar. |  |  |  |  |
| 3 | Besaran potongan harga yang diberikan oleh pemilik toko *online* pada suatu pakaian menambah minat saya untuk berbelanja *online.* |  |  |  |  |
| 1. Masa Potongan Harga | | | | | |
| 4 | Potongan harga yang ada di toko *online* hanya diberikan pada waktu-waktu tertentu. |  |  |  |  |
| 5 | Toko *online* selalu memberikan potongan harga setiap harinya. |  |  |  |  |
| 1. Jenis Produk yang mendapatkan Potongan Harga | | | | | |
| 6 | Potongan harga yang ada ditoko *online* hanya diberikan pada produk-produk tertentu. |  |  |  |  |
| 7 | Pakaian yang saya beli secara *online* selalu mendapatkan potonga harga. |  |  |  |  |
| 8 | Pakaian lebih banyak mendapatkan potongan harga dibanding dengan produk lainnya. |  |  |  |  |
| **Minat Belanja *Online*** | | | | | |
| 1. Minat Transaksional | | | | | |
| 1 | Saya tertarik untuk membeli pakaian ditoko *online* karena tersedia berbagai macam jenis pakaian. |  |  |  |  |
| 2 | Saya lebih tertarik membeli pakaian secara *online* dibanding datang langsung ke pusat perbelanjaan lainnya. |  |  |  |  |
| 1. Minat Referensial | | | | | |
| 3 | Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli pakaian secara *online.* |  |  |  |  |
| 4 | Saya selalu menyarankan teman, kerabat, atau saudara saya untuk membeli pakaian secara *online.* |  |  |  |  |
| 1. Minat Preferensial | | | | | |
| 5 | pakaian yang ada ditoko *online* lebih menarik perhatian saya. |  |  |  |  |
| 1. Minat Eksploratif | | | | | |
| 6 | Saya menanyakan informasi pakaian yang akan saya beli kepada orang yang sudah menggunakannya. |  |  |  |  |
| 7 | Saya tertatik untuk membeli Pakaian secara *online* ketika mendapat informasi dari teman atau kerabat. |  |  |  |  |
| 8 | Saya mencari informasi tentang pakaian yang akan saya beli di internet. |  |  |  |  |
| 9 | Saya menanyakan langsung ke penjual melalui chat tentang informasi pakaian yang akan saya beli. |  |  |  |  |

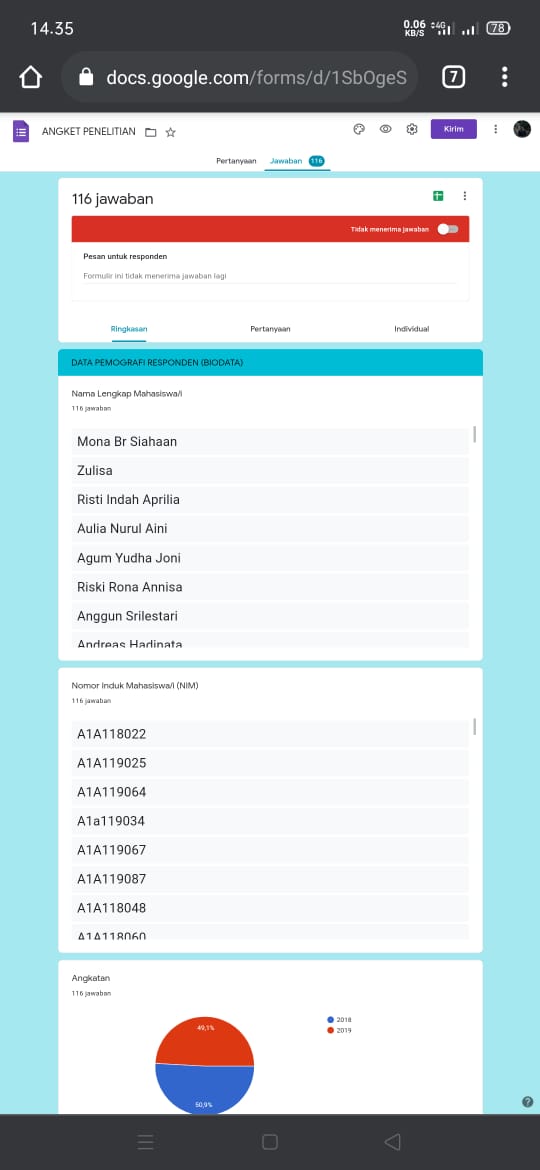
**Lampiran 11. Daftara Nama Responden Uji Coba Instrumen**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | **Nama Lengkap** | **NIM** | **Angkatan** | **Kelas** |
|
| 1 | Muhamad ilham | A1A118055 | 2018 | R-002 |
| 2 | ERA | A1A118016 | 2018 | R-001 |
| 3 | Muhamad Febrian Fajri | A1A118027 | 2018 | R-001 |
| 4 | Nirmala Winda | A1A118056 | 2018 | R-002 |
| 5 | Seli Putri Monalisa | A1A119004 | 2019 | R-001 |
| 6 | REFLINA MS GULTOM | A1A119035 | 2019 | R-001 |
| 7 | Akbar Torihot Tampubolon | A1A119009 | 2019 | R-001 |
| 8 | Risti Indah Aprilia | A1A119034 | 2019 | R-003 |
| 9 | Dewi Puspita Sari | A1A119049 | 2019 | R-003 |
| 10 | NOVA RESTU WIDIATI | A1A119008 | 2019 | R-001 |
| 11 | Tri Aulia Sundari | A1A119033 | 2019 | R-001 |
| 12 | Kurnia Nurul Fitriani | A1a118024 | 2018 | R-001 |
| 13 | Mona Br Siahaan | A1A119025 | 2019 | R-002 |
| 14 | Wira Aditya | A1A118059 | 2018 | R-002 |
| 15 | Muhammad fiqri | A1A118019 | 2018 | R-001 |
| 16 | Tri Wulandari | A1A118011 | 2018 | R-001 |
| 17 | Rindi setiana | A1A119005 | 2019 | R-001 |
| 18 | Siti Hijrianti | A1A119012 | 2019 | R-001 |
| 19 | Ulfah Yuziya Hasanah | A1A119021 | 2019 | R-001 |
| 20 | Riska Yulianingsih | A1A119030 | 2019 | R-001 |
| 21 | NAJWA ADIBA | A1A119024 | 2019 | R-001 |
| 22 | Anggun srilestari | A1A118060 | 2018 | R-002 |
| 23 | FITRIYANI | A1A118032 | 2018 | R-001 |
| 24 | Desta Yunia Cahyani | A1A118029 | 2018 | R-001 |
| 25 | Izzati Sumalyo | A1A119098 | 2019 | R-001 |
| 26 | Rolita paska ria siregar | A1A119050 | 2019 | R-002 |
| 27 | Wildah Fauziah Muhata | A1A118052 | 2018 | R-002 |
| 28 | Ririn Kartika | A1A118006 | 2018 | R-002 |
| 29 | Riski Rona Annisa | A1A118048 | 2018 | R-002 |
| 30 | Linda | A1a118008 | 2018 | R-001 |

**Lampiran 12. Daftar Nama Responden Penelitian**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Nama Lengkap Mahasiswa/I** | **Nin** | **Angkatan** | **Kelas** |
|
| 1 | Mona Br Siahaan | A1A119025 | 2019 | R-002 |
| 2 | Zulisa | A1A119064 | 2019 | R-003 |
| 3 | Risti Indah Aprilia | A1A119034 | 2019 | R-003 |
| 4 | Aulia Nurul Aini | A1A119067 | 2019 | R-003 |
| 5 | Agum Yudha Joni | A1A119087 | 2019 | R-003 |
| 6 | Riski Rona Annisa | A1A118048 | 2018 | R-002 |
| 7 | Anggun Srilestari | A1A118060 | 2018 | R-002 |
| 8 | Andreas Hadinata | A1A119072 | 2019 | R-003 |
| 9 | Shely Desputri Usman | A1A119089 | 2019 | R-003 |
| 10 | Muhammad Fiqri | A1A118019 | 2018 | R-001 |
| 11 | Evilia Agustina | A1A118034 | 2018 | R-001 |
| 12 | Fitriyani | A1A118032 | 2018 | R-001 |
| 13 | Nur Layli Azura | A1A118020 | 2018 | R-001 |
| 14 | Linda | A1A118008 | 2018 | R-001 |
| 15 | Andyka Wiratama | A1A118021 | 2018 | R-001 |
| 16 | Hotmartua Hutabarat | A1A118039 | 2018 | R-001 |
| 17 | Aisyah Lukitatary Pramessariarda | A1A119075 | 2019 | R-001 |
| 18 | Meilinda Tri Wulandari | A1A118015 | 2018 | R-002 |
| 19 | Lailatul Fadilah | A1A118042 | 2018 | R-002 |
| 20 | Alpian Putra Zega | A1A118007 | 2018 | R-001 |
| 21 | Lasmawati Br Turnip | A1A118026 | 2018 | R-001 |
| 22 | Fitri Lestari | A1A118045 | 2018 | R-002 |
| 23 | Ayu Anjaswati | A1A118004 | 2018 | R-001 |
| 24 | Samsu Alam | A1A119006 | 2019 | R-003 |
| 25 | Ruth Abigail | AA119041 | 2019 | R-001 |
| 26 | Muhamad Ilham | A1A118055 | 2018 | R-002 |
| 27 | Elisabet Horida Pasaribu | A1A119076 | 2019 | R-003 |
| 28 | Denia Oktaria | A1A119095 | 2019 | R-003 |
| 29 | Hutommy | A1A119088 | 2019 | R-002 |
| 30 | Muhamad Febrian Fajri | A1A118027 | 2018 | R-001 |
| 31 | Era Susianty | A1A118016 | 2018 | R-001 |
| 32 | Tantowy | A1A119062 | 2019 | R-002 |
| 33 | Widya Wati Manurung | A1A119096 | 2019 | R-003 |
| 34 | Fijar Abrori | A1A119101 | 2019 | R-003 |
| 35 | Sartika Dewi | A1A118036 | 2018 | R-001 |
| 36 | Dyah Setiawati Putri Tampubolon | A1A119073 | 2019 | R-003 |
| 37 | Berliani Anisa | A1A119093 | 2019 | R-003 |
| 38 | Rachmat Trianjaya | A1A118009 | 2018 | R-001 |
| 39 | Sepha Aryanti | A1A119077 | 2019 | R-003 |
| 40 | Akbar Torihot Tampubolon | A1A119009 | 2019 | R-001 |
| 41 | Gilangrhamadan | A1A118030 | 2018 | R-001 |
| 42 | Dini Azizah | A1A118010 | 2018 | R-001 |
| 43 | Tri Wulandari | A1A118011 | 2018 | R-001 |
| 44 | Wilia Nurlisa | A1A119083 | 2019 | R-003 |
| 45 | Pelita Suryati Samosir | A1A119020 | 2019 | R-003 |
| 46 | Eka Feri Yanti | A1A118050 | 2018 | R-002 |
| 47 | Ados Aleksander Sianturi | A1A119056 | 2019 | R-002 |
| 48 | Wildah Fauziah Muhata | A1A118052 | 2018 | R-002 |
| 49 | Wira Aditya | A1A118059 | 2018 | R-002 |
| 50 | Ahmad Fahruroji | A1A118044 | 2018 | R-002 |
| 51 | Nanda Sigit Ariyanto | A1A119027 | 2019 | R-001 |
| 52 | Adi Tri Saputra | A1A119026 | 2019 | R-001 |
| 53 | Indah Apriliana | A1A118002 | 2018 | R-001 |
| 54 | Bintang Maharani | A1A118033 | 2018 | R-001 |
| 55 | Muhammad Fadel Erfan | A1A118063 | 2018 | R-002 |
| 56 | Natasa | A1A118001 | 2018 | R-001 |
| 57 | Ririn Kartika | A1A118006 | 2018 | R-001 |
| 58 | Agustina Anggraini | A1A119079 | 2019 | R-003 |
| 59 | Ika Kumala Afiqoh | A1A119080 | 2019 | R-003 |
| 60 | Dewi Puspita Sari | A1A119049 | 2019 | R-003 |
| 61 | Sintia Putri Romaito Pane | A1A119086 | 2019 | R-003 |
| 62 | Mika Natasya A.S | A1A118003 | 2018 | R-001 |
| 63 | Sulis Daryanti | A1A118012 | 2018 | R-001 |
| 64 | Kartika Nawang Wulan | A1A118013 | 2018 | R-001 |
| 65 | Ilham Oktavian | A1A118017 | 2018 | R-002 |
| 66 | Rahmatil Ummah | A1A118014 | 2018 | R-002 |
| 67 | Kamilah | A1A118043 | 2018 | R-002 |
| 68 | Nopita Sari Manik | A1A118037 | 2018 | R-002 |
| 69 | Nia Audina | A1A118061 | 2018 | R-002 |
| 70 | Dian Raphita | A1A118058 | 2018 | R-002 |
| 71 | Ahmad Dimas Saputra | A1A119090 | 2019 | R-003 |
| 72 | Theresia Miranda | A1A119091 | 2019 | R-003 |
| 73 | Neneng Anjarwati | A1A119092 | 2019 | R-003 |
| 74 | Anggie Betti Purnama Ardi | A1A119094 | 2019 | R-003 |
| 75 | Itdatul Jannah | A1A119099 | 2019 | R-003 |
| 76 | Rif At Khairunnisa Mewiani | A1A1190102 | 2019 | R-003 |
| 77 | Gita Delviaman | A1A118018 | 2018 | R-001 |
| 78 | Ely Faleina | A1A118023 | 2018 | R-001 |
| 79 | Kurnia Nurul Fitriani | A1A118024 | 2018 | R-001 |
| 80 | Hanna Lestari Silalahi | A1A118040 | 2018 | R-002 |
| 81 | Karisma | A1A118051 | 2018 | R-002 |
| 82 | Selvina K. Perangin-Angin | A1A118053 | 2018 | R-002 |
| 83 | Farra Shazrena | A1A118022 | 2018 | R-002 |
| 84 | Charles David Siahaan | A1A118005 | 2018 | R-001 |
| 85 | Fahra Shazrena | A1A118022 | 2018 | R-002 |
| 86 | Welda Mayori | A1A118025 | 2018 | R-001 |
| 87 | Nichea Miza Jayenti | A1A118031 | 2018 | R-002 |
| 88 | Munfa Ati | A1A118035 | 2018 | R-001 |
| 89 | Anisa Wahyuni | A1A118038 | 2018 | R-002 |
| 90 | Ayu Asmarani R | A1A118041 | 2018 | R-002 |
| 91 | Dinda Astriani | A1A118054 | 2018 | R-002 |
| 92 | Okta Peruntungan | A1A118062 | 2018 | R-001 |
| 93 | Nirmala Winda | A1A118056 | 2018 | R-002 |
| 94 | Iren Apriliani | A1A118057 | 2018 | R-002 |
| 95 | Wiji | A1A119014 | 2019 | R-002 |
| 96 | Mega Putri Aulia | A1A119015 | 2019 | R-002 |
| 97 | Roni Jetro Simamora | A1A119032 | 2019 | R-002 |
| 98 | Ispayana Sari | A1A119042 | 2019 | R-002 |
| 99 | Vuja Monica Sari | A1A119043 | 2019 | R-002 |
| 100 | Muhammad Tomi Maulana | A1A119023 | 2019 | R-001 |
| 101 | Lenny Yanti | A1A119044 | 2019 | R-002 |
| 102 | Sukma Silvia | A1A119054 | 2019 | R-002 |
| 103 | Lewita Dwi Cahyani | A1A119028 | 2019 | R-001 |
| 104 | Novita Eka Indriani | A1A119029 | 2019 | R-001 |
| 105 | Riska Yulianingsih | A1A119030 | 2019 | R-001 |
| 106 | Tri Aulia Sundari | A1A119033 | 2019 | R-001 |
| 107 | Reflina Ms. Gultom | A1A119035 | 2019 | R-001 |
| 108 | Taufik Naufal | A1A119031 | 2019 | R-001 |
| 109 | Eka Theresia Sihotang | A1A119045 | 2019 | R-002 |
| 110 | Tasya Rahmadani | A1A119051 | 2019 | R-002 |
| 111 | Nadya Agustin Dwi Putri | A1A119047 | 2019 | R-002 |
| 112 | Dita Lisnawati | A1A119036 | 2019 | R-001 |
| 113 | Diza Regita Istiqomah | A1A119039 | 2019 | R-001 |
| 114 | Dearti | A1A119070 | 2019 | R-002 |
| 115 | Denia Br Taringan | A1A119081 | 2019 | R-002 |
| 116 | Neri Larasati | A1A119058 | 2019 | R-002 |

**Lampiran 13. Jumlah Responden Yang Mengisi Angket di *Google Form***

****

**Lampiran 14. r tabel (df = 108-134)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **df = (N-2)** | **Tingkat signifikansi untuk uji satu arah** | | | | |
| **0,05** | **0,025** | **0,01** | **0,005** | **0,0005** |
| **Tingkat signifikansi untuk uji dua arah** | | | | |
| **0,1** | **0,05** | **0,02** | **0,01** | **0,001** |
| **108** | 0,1576 | 0,1874 | 0,2216 | 0,2446 | 0,3095 |
| **109** | 0,1569 | 0,1865 | 0,2206 | 0,2436 | 0,3082 |
| **110** | 0,1562 | 0,1857 | 0,2196 | 0,2425 | 0,3068 |
| **111** | 0,1555 | 0,1848 | 0,2186 | 0,2414 | 0,3055 |
| **112** | 0,1548 | 0,184 | 0,2177 | 0,2403 | 0,3042 |
| **113** | 0,1541 | 0,1832 | 0,2167 | 0,2393 | 0,3029 |
| **114** | 0,1535 | 0,1824 | 0,2158 | 0,2383 | 0,3016 |
| **115** | 0,1528 | 0,1816 | 0,2149 | 0,2373 | 0,3004 |
| **116** | 0,1522 | 0,1809 | 0,2139 | 0,2363 | 0,2991 |
| **117** | 0,1515 | 0,1801 | 0,2131 | 0,2353 | 0,2979 |
| **118** | 0,1509 | 0,1793 | 0,2122 | 0,2343 | 0,2967 |
| **119** | 0,1502 | 0,1786 | 0,2113 | 0,2333 | 0,2955 |
| **120** | 0,1496 | 0,1779 | 0,2104 | 0,2324 | 0,2943 |
| **121** | 0,149 | 0,1771 | 0,2096 | 0,2315 | 0,2931 |
| **122** | 0,1484 | 0,1764 | 0,2087 | 0,2305 | 0,292 |
| **123** | 0,1478 | 0,1757 | 0,2079 | 0,2296 | 0,2908 |
| **124** | 0,1472 | 0,175 | 0,2071 | 0,2287 | 0,2897 |
| **125** | 0,1466 | 0,1743 | 0,2062 | 0,2278 | 0,2886 |
| **126** | 0,146 | 0,1736 | 0,2054 | 0,2269 | 0,2875 |
| **127** | 0,1455 | 0,1729 | 0,2046 | 0,226 | 0,2864 |
| **128** | 0,1449 | 0,1723 | 0,2039 | 0,2252 | 0,2853 |
| **129** | 0,1443 | 0,1716 | 0,2031 | 0,2243 | 0,2843 |
| **130** | 0,1438 | 0,171 | 0,2023 | 0,2235 | 0,2832 |
| **131** | 0,1432 | 0,1703 | 0,2015 | 0,2226 | 0,2822 |
| **132** | 0,1427 | 0,1697 | 0,2008 | 0,2218 | 0,2811 |
| **133** | 0,1422 | 0,169 | 0,2001 | 0,221 | 0,2801 |
| **134** | 0,1416 | 0,1684 | 0,1993 | 0,2202 | 0,2791 |

**Lampiran 15. t tabel (Df = 82-117)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pr** | **0.25** | **0.10** | **0.05** | **0.025** | **0.01** | **0.005** | **0.001** |
| **Df** | **0.50** | **0.20** | **0.10** | **0.050** | **0.02** | **0.010** | **0.002** |
| **82** | 0.67749 | 1.29196 | 1.66365 | 1.98932 | 2.37269 | 2.63712 | 3.19262 |
| **83** | 0.67746 | 1.29183 | 1.66342 | 1.98896 | 2.37212 | 2.63637 | 3.19135 |
| **84** | 0.67742 | 1.29171 | 1.66320 | 1.98861 | 2.37156 | 2.63563 | 3.19011 |
| **85** | 0.67739 | 1.29159 | 1.66298 | 1.98827 | 2.37102 | 2.63491 | 3.18890 |
| **86** | 0.67735 | 1.29147 | 1.66277 | 1.98793 | 2.37049 | 2.63421 | 3.18772 |
| **87** | 0.67732 | 1.29136 | 1.66256 | 1.98761 | 2.36998 | 2.63353 | 3.18657 |
| **88** | 0.67729 | 1.29125 | 1.66235 | 1.98729 | 2.36947 | 2.63286 | 3.18544 |
| **89** | 0.67726 | 1.29114 | 1.66216 | 1.98698 | 2.36898 | 2.63220 | 3.18434 |
| **90** | 0.67723 | 1.29103 | 1.66196 | 1.98667 | 2.36850 | 2.63157 | 3.18327 |
| **91** | 0.67720 | 1.29092 | 1.66177 | 1.98638 | 2.36803 | 2.63094 | 3.18222 |
| **92** | 0.67717 | 1.29082 | 1.66159 | 1.98609 | 2.36757 | 2.63033 | 3.18119 |
| **93** | 0.67714 | 1.29072 | 1.66140 | 1.98580 | 2.36712 | 2.62973 | 3.18019 |
| **94** | 0.67711 | 1.29062 | 1.66123 | 1.98552 | 2.36667 | 2.62915 | 3.17921 |
| **95** | 0.67708 | 1.29053 | 1.66105 | 1.98525 | 2.36624 | 2.62858 | 3.17825 |
| **96** | 0.67705 | 1.29043 | 1.66088 | 1.98498 | 2.36582 | 2.62802 | 3.17731 |
| **97** | 0.67703 | 1.29034 | 1.66071 | 1.98472 | 2.36541 | 2.62747 | 3.17639 |
| **98** | 0.67700 | 1.29025 | 1.66055 | 1.98447 | 2.36500 | 2.62693 | 3.17549 |
| **99** | 0.67698 | 1.29016 | 1.66039 | 1.98422 | 2.36461 | 2.62641 | 3.17460 |
| **100** | 0.67695 | 1.29007 | 1.66023 | 1.98397 | 2.36422 | 2.62589 | 3.17374 |
| **101** | 0.67693 | 1.28999 | 1.66008 | 1.98373 | 2.36384 | 2.62539 | 3.17289 |
| **102** | 0.67690 | 1.28991 | 1.65993 | 1.98350 | 2.36346 | 2.62489 | 3.17206 |
| **103** | 0.67688 | 1.28982 | 1.65978 | 1.98326 | 2.36310 | 2.62441 | 3.17125 |
| **104** | 0.67686 | 1.28974 | 1.65964 | 1.98304 | 2.36274 | 2.62393 | 3.17045 |
| **105** | 0.67683 | 1.28967 | 1.65950 | 1.98282 | 2.36239 | 2.62347 | 3.16967 |
| **106** | 0.67681 | 1.28959 | 1.65936 | 1.98260 | 2.36204 | 2.62301 | 3.16890 |
| **107** | 0.67679 | 1.28951 | 1.65922 | 1.98238 | 2.36170 | 2.62256 | 3.16815 |
| **108** | 0.67677 | 1.28944 | 1.65909 | 1.98217 | 2.36137 | 2.62212 | 3.16741 |
| **109** | 0.67675 | 1.28937 | 1.65895 | 1.98197 | 2.36105 | 2.62169 | 3.16669 |
| **110** | 0.67673 | 1.28930 | 1.65882 | 1.98177 | 2.36073 | 2.62126 | 3.16598 |
| **111** | 0.67671 | 1.28922 | 1.65870 | 1.98157 | 2.36041 | 2.62085 | 3.16528 |
| **112** | 0.67669 | 1.28916 | 1.65857 | 1.98137 | 2.36010 | 2.62044 | 3.16460 |
| **113** | 0.67667 | 1.28909 | 1.65845 | 1.98118 | 2.35980 | 2.62004 | 3.16392 |
| **114** | 0.67665 | 1.28902 | 1.65833 | 1.98099 | 2.35950 | 2.61964 | 3.16326 |
| **115** | 0.67663 | 1.28896 | 1.65821 | 1.98081 | 2.35921 | 2.61926 | 3.16262 |
| **116** | 0.67661 | 1.28889 | 1.65810 | 1.98063 | 2.35892 | 2.61888 | 3.16198 |
| **117** | 0.67659 | 1.28883 | 1.65798 | 1.98045 | 2.35864 | 2.61850 | 3.16135 |

**Lampiran 16. F tabel (df= 46-120)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **df untuk**  **penyebut (N2)** | **df untuk pembilang (N1)** | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** |
| **46** | 4.05 | 3.20 | 2.81 | 2.57 | 2.42 | 2.30 | 2.22 | 2.15 | 2.09 | 2.04 | 2.00 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.89 |
| **47** | 4.05 | 3.20 | 2.80 | 2.57 | 2.41 | 2.30 | 2.21 | 2.14 | 2.09 | 2.04 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.91 | 1.88 |
| **48** | 4.04 | 3.19 | 2.80 | 2.57 | 2.41 | 2.29 | 2.21 | 2.14 | 2.08 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.88 |
| **49** | 4.04 | 3.19 | 2.79 | 2.56 | 2.40 | 2.29 | 2.20 | 2.13 | 2.08 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.88 |
| **50** | 4.03 | 3.18 | 2.79 | 2.56 | 2.40 | 2.29 | 2.20 | 2.13 | 2.07 | 2.03 | 1.99 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.87 |
| **51** | 4.03 | 3.18 | 2.79 | 2.55 | 2.40 | 2.28 | 2.20 | 2.13 | 2.07 | 2.02 | 1.98 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.87 |
| **52** | 4.03 | 3.18 | 2.78 | 2.55 | 2.39 | 2.28 | 2.19 | 2.12 | 2.07 | 2.02 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.89 | 1.86 |
| **53** | 4.02 | 3.17 | 2.78 | 2.55 | 2.39 | 2.28 | 2.19 | 2.12 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.86 |
| **54** | 4.02 | 3.17 | 2.78 | 2.54 | 2.39 | 2.27 | 2.18 | 2.12 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.86 |
| **55** | 4.02 | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 | 2.27 | 2.18 | 2.11 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.88 | 1.85 |
| **56** | 4.01 | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 | 2.27 | 2.18 | 2.11 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.85 |
| **57** | 4.01 | 3.16 | 2.77 | 2.53 | 2.38 | 2.26 | 2.18 | 2.11 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.85 |
| **58** | 4.01 | 3.16 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.26 | 2.17 | 2.10 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.87 | 1.84 |
| **59** | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.26 | 2.17 | 2.10 | 2.04 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.84 |
| **60** | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.25 | 2.17 | 2.10 | 2.04 | 1.99 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.84 |
| **61** | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.52 | 2.37 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.04 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.86 | 1.83 |
| **62** | 4.00 | 3.15 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| **63** | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| **64** | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.24 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| **65** | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.51 | 2.36 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.85 | 1.82 |
| **66** | 3.99 | 3.14 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| **67** | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.98 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| **68** | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| **69** | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 | 2.23 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.86 | 1.84 | 1.81 |
| **70** | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.84 | 1.81 |
| **71** | 3.98 | 3.13 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| **72** | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| **73** | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| **74** | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.22 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.85 | 1.83 | 1.80 |
| **75** | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.49 | 2.34 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.83 | 1.80 |
| **76** | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| **77** | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| **78** | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| **79** | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 |
| **80** | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.21 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.84 | 1.82 | 1.79 |
| **81** | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.82 | 1.79 |
| **82** | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| **83** | 3.96 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| **84** | 3.95 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.95 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| **85** | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| **86** | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 |
| **87** | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.20 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.83 | 1.81 | 1.78 |
| **88** | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.20 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.81 | 1.78 |
| **89** | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| **90** | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| **91** | 3.95 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| **92** | 3.94 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| **93** | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| **94** | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 |
| **95** | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| **96** | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| **97** | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| **98** | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| **99** | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| **100** | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| **101** | 3.94 | 3.09 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| **102** | 3.93 | 3.09 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| **103** | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.76 |
| **104** | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.76 |
| **105** | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| **106** | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| **107** | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.18 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| **108** | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.18 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| **109** | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| **110** | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| **111** | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| **112** | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| **113** | 3.93 | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.92 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| **114** | 3.92 | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| **115** | 3.92 | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| **116** | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| **117** | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| **118** | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| **119** | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| **120** | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |

**Lampiran 17. Tabulasi Instrumen Uji coba Kualitas Produk (X1)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Nama** | **Butir Soal** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **Jumlah** | **Y^2** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** |
| 1 | Muhamad Ilham | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | **59** | **3481** |
| 2 | Era | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | **58** | **3364** |
| 3 | Muhamad Febrian Fajri | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | **87** | **7569** |
| 4 | Nirmala Winda | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **66** | **4356** |
| 5 | Seli Putri Monalisa | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **70** | **4900** |
| 6 | Reflina Ms Gultom | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | **52** | **2704** |
| 7 | Akbar Torihot Tampubolon | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | **54** | **2916** |
| 8 | Risti Indah Aprilia | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | **60** | **3600** |
| 9 | Dewi Puspita Sari | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | **71** | **5041** |
| 10 | Nova Restu Widiati | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | **58** | **3364** |
| 11 | Tri Aulia Sundari | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | **66** | **4356** |
| 12 | Kurnia Nurul Fitriani | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **64** | **4096** |
| 13 | Mona Br Siahaan | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | **73** | **5329** |
| 14 | Wira Aditya | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | **53** | **2809** |
| 15 | Muhammad Fiqri | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | **64** | **4096** |
| 16 | Tri Wulandari | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | **58** | **3364** |
| 17 | Rindi Setiana | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **69** | **4761** |
| 18 | Siti Hijrianti | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | **59** | **3481** |
| 19 | Ulfah Yuziya Hasanah | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | **68** | **4624** |
| 20 | Riska Yulianingsih | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | **62** | **3844** |
| 21 | Najwa Adiba | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **64** | **4096** |
| 22 | Anggun Srilestari | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | **64** | **4096** |
| 23 | Fitriyani | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | **56** | **3136** |
| 24 | Desta Yunia Cahyani | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | **60** | **3600** |
| 25 | Izzati Sumalyo | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | **75** | **5625** |
| 26 | Rolita Paska Ria Siregar | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | **57** | **3249** |
| 27 | Wildah Fauziah Muhata | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | **76** | **5776** |
| 28 | Ririn Kartika | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | **76** | **5776** |
| 29 | Riski Rona Annisa | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | **67** | **4489** |
| 30 | Linda | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | **58** | **3364** |
| **NP** | | **92** | **92** | **90** | **107** | **69** | **95** | **72** | **97** | **71** | **73** | **81** | **78** | **90** | **102** | **103** | **98** | **84** | **102** | **78** | **86** | **74** | **90** | **1924** | **3701776** |
| **Rxy** | | **0,66**  **289** | **0,67**  **398** | **0,46**  **077** | **0,63**  **682** | **0,55**  **346** | **0,36**  **69** | **0,43**  **815** | **0,57**  **609** | **0,69**  **069** | **0,60**  **551** | **0,53**  **472** | **0,78**  **045** | **0,57**  **239** | **0,50**  **631** | **0,52**  **319** | **0,64**  **009** | **0,79**  **384** | **0,41**  **718** | **0,66**  **796** | **0,63**  **543** | **0,66**  **532** | **0,66**  **758** |
| **Rtabel** | | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** |
| **Valid atau Tidak Valid** | | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** |

**Potongan Harga (X2)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Nama** | **Butir Soal** | | | | | | | | | | | **Jumlah** | **Y^2** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** |
| 1 | Muhamad Ilham | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | **29** | **841** |
| 2 | Era | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **33** | **1089** |
| 3 | Muhamad Febrian Fajri | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | **43** | **1849** |
| 4 | Nirmala Winda | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **33** | **1089** |
| 5 | Seli Putri Monalisa | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **33** | **1089** |
| 6 | Reflina Ms Gultom | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **33** | **1089** |
| 7 | Akbar Torihot Tampubolon | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | **28** | **784** |
| 8 | Risti Indah Aprilia | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | **31** | **961** |
| 9 | Dewi Puspita Sari | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | **31** | **961** |
| 10 | Nova Restu Widiati | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | **28** | **784** |
| 11 | Tri Aulia Sundari | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | **42** | **1764** |
| 12 | Kurnia Nurul Fitriani | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | **32** | **1024** |
| 13 | Mona Br Siahaan | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | **38** | **1444** |
| 14 | Wira Aditya | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | **31** | **961** |
| 15 | Muhammad Fiqri | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | **28** | **784** |
| 16 | Tri Wulandari | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **34** | **1156** |
| 17 | Rindi Setiana | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **33** | **1089** |
| 18 | Siti Hijrianti | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | **32** | **1024** |
| 19 | Ulfah Yuziya Hasanah | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | **32** | **1024** |
| 20 | Riska Yulianingsih | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | **38** | **1444** |
| 21 | Najwa Adiba | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | **28** | **784** |
| 22 | Anggun Srilestari | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **33** | **1089** |
| 23 | Fitriyani | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **32** | **1024** |
| 24 | Desta Yunia Cahyani | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | **29** | **841** |
| 25 | Izzati Sumalyo | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | **30** | **900** |
| 26 | Rolita Paska Ria Siregar | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | **30** | **900** |
| 27 | Wildah Fauziah Muhata | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **34** | **1156** |
| 28 | Ririn Kartika | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | **34** | **1156** |
| 29 | Riski Rona Annisa | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | **32** | **1024** |
| 30 | Linda | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 1 | 2 | 4 | 3 | 3 | **31** | **961** |
| **NP** | | **101** | **87** | **77** | **94** | **98** | **95** | **76** | **82** | **94** | **85** | **86** | **975** | **950625** |
| **Rxy** | | **0,46557** | **0,71076** | **0,31986** | **0,02145** | **0,64194** | **0,44756** | **0,77797** | **0,66** | **0,34323** | **0,83287** | **0,75173** |
| **Rtabel** | | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** | **0,361** |
| **Valid atau Tidak Valid** | | **V** | **V** | **T** | **T** | **V** | **V** | **V** | **V** | **T** | **V** | **V** |

**Minat Belanja *Online* (Y)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Nama** | **Butir Soal** | | | | | | | | | | **Jumlah** | **Y^2** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** |  |  |
| 1 | Muhamad Ilham | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | **27** | **729** |
| 2 | Era | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **29** | **841** |
| 3 | Muhamad Febrian Fajri | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | **38** | **1444** |
| 4 | Nirmala Winda | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **30** | **900** |
| 5 | Seli Putri Monalisa | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | **31** | **961** |
| 6 | Reflina Ms Gultom | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **30** | **900** |
| 7 | Akbar Torihot Tampubolon | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | **25** | **625** |
| 8 | Risti Indah Aprilia | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | **26** | **676** |
| 9 | Dewi Puspita Sari | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | **28** | **784** |
| 10 | Nova Restu Widiati | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | **25** | **625** |
| 11 | Tri Aulia Sundari | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | **40** | **1600** |
| 12 | Kurnia Nurul Fitriani | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **29** | **841** |
| 13 | Mona Br Siahaan | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | **35** | **1225** |
| 14 | Wira Aditya | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **30** | **900** |
| 15 | Muhammad Fiqri | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **27** | **729** |
| 16 | Tri Wulandari | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | **26** | **676** |
| 17 | Rindi Setiana | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **30** | **900** |
| 18 | Siti Hijrianti | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | **30** | **900** |
| 19 | Ulfah Yuziya Hasanah | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | **34** | **1156** |
| 20 | Riska Yulianingsih | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | **32** | **1024** |
| 21 | Najwa Adiba | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **30** | **900** |
| 22 | Anggun Srilestari | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **30** | **900** |
| 23 | Fitriyani | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **30** | **900** |
| 24 | Desta Yunia Cahyani | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | **26** | **676** |
| 25 | Izzati Sumalyo | 4 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | **31** | **961** |
| 26 | Rolita Paska Ria Siregar | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **30** | **900** |
| 27 | Wildah Fauziah Muhata | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **30** | **900** |
| 28 | Ririn Kartika | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | **35** | **1225** |
| 29 | Riski Rona Annisa | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | **26** | **676** |
| 30 | Linda | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | **28** | **784** |
| **NP** | | **96** | **86** | **87** | **81** | **77** | **90** | **97** | **90** | **98** | **96** | **898** | **806404** |
| **Rxy** | | 0,797 | 0,73526 | 0,71888 | 0,71284 | 0,21294 | 0,69952 | 0,40687 | 0,65071 | 0,56354 | 0,50984 |
| **Rtabel** | | 0,361 | 0,361 | 0,361 | 0,361 | 0,361 | 0,361 | 0,361 | 0,361 | 0,361 | 0,361 |
| **Valid atau Tidak Valid** | | **V** | **V** | **V** | **V** | **T** | **V** | **V** | **V** | **V** | **V** |

**Lampiran 18. Hasil Uji Validitas**

1. **Hasil Validitas Angket Kualitas Produk (X1)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Pertanyaan | rhitung | rtabel | Keterangan |
| 1 | Butir 1 | 0,66 | 0,36 | Valid |
| 2 | Butir 2 | 0,67 | 0,36 | Valid |
| 3 | Butir 3 | 0,46 | 0,36 | Valid |
| 4 | Butir 4 | 0,64 | 0,36 | Valid |
| 5 | Butir 5 | 0,55 | 0,36 | Valid |
| 6 | Butir 6 | 0,37 | 0,36 | Valid |
| 7 | Butir 7 | 0,44 | 0,36 | Valid |
| 8 | Butir 8 | 0,58 | 0,36 | Valid |
| 9 | Butir 9 | 0,69 | 0,36 | Valid |
| 10 | Butir 10 | 0.61 | 0,36 | Valid |
| 11 | Butir 11 | 0,53 | 0,36 | Valid |
| 12 | Butir 12 | 0,78 | 0,36 | Valid |
| 13 | Butir 13 | 0,57 | 0,36 | Valid |
| 14 | Butir 14 | 0,51 | 0,36 | Valid |
| 15 | Butir 15 | 0,52 | 0,36 | Valid |
| 16 | Butir 16 | 0,64 | 0,36 | Valid |
| 17 | Butir 17 | 0,79 | 0,36 | Valid |
| 18 | Butir 18 | 0,42 | 0,36 | Valid |
| 19 | Butir 19 | 0,67 | 0,36 | Valid |
| 20 | Butir 20 | 0,64 | 0,36 | Valid |
| 21 | Butir 21 | 0,67 | 0,36 | Valid |
| 22 | Butir 22 | 0,67 | 0,36 | Valid |

1. **Hasil Validitas Angket Potongan Harga (X2)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Pertanyaan | rhitung | rtabel | Keterangan |
| 1 | Butir 1 | 0,46557 | 0,36 | Valid |
| 2 | Butir 2 | 0,71076 | 0,36 | Valid |
| 3 | Butir 3 | 0,31986 | 0,36 | Tidak Valid |
| 4 | Butir 4 | 0,02145 | 0,36 | Tidak Valid |
| 5 | Butir 5 | 0,64194 | 0,36 | Valid |
| 6 | Butir 6 | 0,44756 | 0,36 | Valid |
| 7 | Butir 7 | 0,77797 | 0,36 | Valid |
| 8 | Butir 8 | 0,66 | 0,36 | Valid |
| 9 | Butir 9 | 0,34323 | 0,36 | Tidak Valid |
| 10 | Butir 10 | 0,83287 | 0,36 | Valid |
| 11 | Butir 11 | 0,75173 | 0,36 | Valid |

1. **Hasil Validitas Minat Belanja *Online* (Y)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Pertanyaan | rhitung | rtabel | Keterangan |
| 1 | Butir 1 | 0,797 | 0,36 | Valid |
| 2 | Butir 2 | 0,73526 | 0,36 | Valid |
| 3 | Butir 3 | 0,71888 | 0,36 | Valid |
| 4 | Butir 4 | 0,71284 | 0,36 | Valid |
| 5 | Butir 5 | 0,21294 | 0,36 | Tidak Valid |
| 6 | Butir 6 | 0,69952 | 0,36 | Valid |
| 7 | Butir 7 | 0,40687 | 0,36 | Valid |
| 8 | Butir 8 | 0,65071 | 0,36 | Valid |
| 9 | Butir 9 | 0,56354 | 0,36 | Valid |
| 10 | Butir 10 | 0,50984 | 0,36 | Valid |

**Lampiran 19. Hasil Uji Reliabilitas**

1. Hasil Uji Realibilitas Variabel X1 (Kualitas Produk)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Case Processing Summary** | | | |
|  | | N | % |
| Cases | Valid | 30 | 100.0 |
| Excludeda | 0 | .0 |
| Total | 30 | 100.0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Reliability Statistics** | | |
| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
| .750 | .924 | 23 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Summary Item Statistics** | | | | | | | |
|  | Mean | Minimum | Maximum | Range | Maximum / Minimum | Variance | N of Items |
| Item Means | 5.577 | 2.300 | 64.133 | 61.833 | 27.884 | 163.085 | 23 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Item-Total Statistics** | | | | | |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Pertanyaan1 | 125.20 | 244.648 | .640 | . | .738 |
| Pertanyaan2 | 125.20 | 246.855 | .656 | . | .740 |
| Pertanyaa3 | 125.27 | 249.513 | .431 | . | .744 |
| Pertanyaan4 | 124.70 | 247.803 | .618 | . | .741 |
| Pertanyaan5 | 125.97 | 247.620 | .527 | . | .741 |
| Pertanyaan6 | 125.10 | 250.645 | .331 | . | .745 |
| Pertanyaan7 | 125.87 | 249.499 | .406 | . | .744 |
| Pertanyaan8 | 125.03 | 245.757 | .547 | . | .739 |
| Pertanyaan9 | 125.90 | 242.438 | .666 | . | .735 |
| Pertanyaan10 | 125.83 | 246.075 | .580 | . | .740 |
| Pertanyaan11 | 125.57 | 247.978 | .507 | . | .742 |
| Pertanyaan12 | 125.67 | 241.402 | .763 | . | .734 |
| Pertanyaan13 | 125.27 | 248.478 | .550 | . | .742 |
| Pertanyaan14 | 124.87 | 249.016 | .480 | . | .743 |
| Pertanyaan15 | 124.83 | 247.730 | .494 | . | .742 |
| Pertanyaan16 | 125.00 | 246.207 | .618 | . | .739 |
| Pertanyaan17 | 125.47 | 241.361 | .778 | . | .734 |
| Pertanyaan18 | 124.87 | 251.430 | .391 | . | .745 |
| Pertanyaan19 | 125.67 | 246.092 | .648 | . | .739 |
| Pertanyaan20 | 125.40 | 246.524 | .613 | . | .740 |
| Pertanyaan21 | 125.80 | 242.786 | .639 | . | .736 |
| Pertanyaan22 | 125.27 | 243.444 | .643 | . | .737 |
| Total | 64.13 | 64.464 | 1.000 | . | .913 |

1. Hasil Uji Realibilitas X2 (Potongan Harga)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Case Processing Summary** | | | |
|  | | N | % |
| Cases | Valid | 30 | 100.0 |
| Excludeda | 0 | .0 |
| Total | 30 | 100.0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Reliability Statistics** | | |
| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
| .771 | .884 | 9 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Summary Item Statistics** | | | | | | | |
|  | Mean | Minimum | Maximum | Range | Maximum / Minimum | Variance | N of Items |
| Item Means | 5.259 | 2.533 | 23.667 | 21.133 | 9.342 | 47.719 | 9 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Item-Total Statistics** | | | | | |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Pertanyaan1 | 43.97 | 45.482 | .400 | . | .766 |
| Pertanyaan2 | 44.43 | 41.220 | .790 | . | .733 |
| Pertanyaan5 | 44.07 | 44.340 | .639 | . | .756 |
| Pertanyaan6 | 44.17 | 46.213 | .260 | . | .773 |
| Pertanyaan7 | 44.80 | 40.441 | .796 | . | .728 |
| Pertanyaan8 | 44.60 | 41.628 | .702 | . | .738 |
| Pertanyaan10 | 44.50 | 40.121 | .876 | . | .723 |
| Pertanyaan11 | 44.47 | 42.257 | .637 | . | .744 |
| Total | 23.67 | 12.092 | 1.000 | . | .847 |

1. Hasil Uji Realibilitas Variabel Y (Minat Belanja *Online*)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Case Processing Summary** | | | |
|  | | N | % |
| Cases | Valid | 30 | 100.0 |
| Excludeda | 0 | .0 |
| Total | 30 | 100.0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Reliability Statistics** | | |
| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
| .762 | .882 | 10 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Summary Item Statistics** | | | | | | | |
|  | Mean | Minimum | Maximum | Range | Maximum / Minimum | Variance | N of Items |
| Item Means | 5.473 | 2.700 | 27.367 | 24.667 | 10.136 | 59.209 | 10 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Item-Total Statistics** | | | | | |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Pertanyaan1 | 51.53 | 44.120 | .845 | . | .732 |
| Pertanyaan2 | 51.87 | 42.326 | .679 | . | .725 |
| Pertanyaan3 | 51.83 | 43.454 | .676 | . | .731 |
| Pertanyaan4 | 52.03 | 44.033 | .565 | . | .737 |
| Pertanyaan6 | 51.73 | 44.202 | .671 | . | .735 |
| Pertanyaan7 | 51.50 | 46.672 | .416 | . | .754 |
| Pertanyaan8 | 51.73 | 44.478 | .634 | . | .738 |
| Pertanyaan9 | 51.47 | 46.120 | .567 | . | .748 |
| Pertanyaan10 | 51.53 | 46.120 | .450 | . | .750 |
| Total | 27.37 | 12.447 | 1.000 | . | .834 |

**Lampiran 20. Deskriptif Statistik dan Frekuensi**

Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Descriptive Statistics** | | | | | | | | | |
|  | N | Range | Minimum | Maximum | Sum | Mean | | Std. Deviation | Variance |
| Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Std. Error | Statistic | Statistic |
| Kualitas\_Produk | 116 | 12 | 62 | 74 | 7710 | 66.47 | .197 | 2.124 | 4.512 |
| Valid N (listwise) | 116 |  |  |  |  |  |  |  |  |

Statistik Deskriptif Variabel Potongan Harga (X2)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Descriptive Statistics** | | | | | | | | | |
|  | N | Range | Minimum | Maximum | Sum | Mean | | Std. Deviation | Variance |
| Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Std. Error | Statistic | Statistic |
| Potongan\_Harga | 116 | 6 | 20 | 26 | 2682 | 23.12 | .114 | 1.231 | 1.516 |
| Valid N (listwise) | 116 |  |  |  |  |  |  |  |  |

Statistik Deskriptif Variabel Minat Belanja *Online* (Y)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Descriptive Statistics** | | | | | | | | | |
|  | N | Range | Minimum | Maximum | Sum | Mean | | Std. Deviation | Variance |
| Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Std. Error | Statistic | Statistic |
| Minat\_ Belanja\_Online | 116 | 6 | 24 | 30 | 3071 | 26.47 | .111 | 1.198 | 1.434 |
| Valid N (listwise) | 116 |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Lampiran 21. Tabulasi Instrumen Penelitian**

**VARIABEL KUALITAS PRODUK (X1)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Nama Lengkap Mahasiswa/i** | **NIN** | **Angkatan** | **Kelas** | **Butir Soal** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **Jumlah** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** |
| 1 | Mona Br Siahaan | A1A119025 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 65 |
| 2 | Zulisa | A1A119064 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 65 |
| 3 | Risti Indah Aprilia | A1a119034 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 64 |
| 4 | Aulia Nurul Aini | A1A119067 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 63 |
| 5 | Agum Yudha Joni | A1A119087 | 2019 | R-003 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 69 |
| 6 | Riski Rona Annisa | A1A118048 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 67 |
| 7 | Anggun Srilestari | A1A118060 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 65 |
| 8 | Andreas Hadinata | A1A119072 | 2019 | R-003 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 71 |
| 9 | Shely Desputri Usman | A1a119089 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 67 |
| 10 | Muhammad fiqri | A1A118019 | 2018 | R-001 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 65 |
| 11 | Evilia Agustina | A1A118034 | 2018 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 64 |
| 12 | FITRIYANI | A1A118032 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 63 |
| 13 | Nur layli azura | A1a118020 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 14 | Linda | A1a118008 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 15 | Andyka wiratama | A1A118021 | 2018 | R-001 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 71 |
| 16 | Hotmartua Hutabarat | A1A118039 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 65 |
| 17 | Aisyah lukitatary pramessariarda | A1A119075 | 2019 | R-001 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 71 |
| 18 | Meilinda Tri Wulandari | A1A118015 | 2018 | R-002 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 70 |
| 19 | Lailatul Fadilah | A1A118042 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 66 |
| 20 | ALPIAN PUTRA ZEGA | A1A118007 | 2018 | R-001 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 74 |
| 21 | Lasmawati Br Turnip | A1A118026 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 69 |
| 22 | Fitri Lestari | A1A118045 | 2018 | R-002 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 67 |
| 23 | Ayu Anjaswati | A1A118004 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 68 |
| 24 | Samsu alam | A1A119006 | 2019 | R-003 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 70 |
| 25 | Ruth abigail | AA119041 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 66 |
| 26 | Muhamad ilham | A1A118055 | 2018 | R-002 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 65 |
| 27 | Elisabet Horida Pasaribu | A1A119076 | 2019 | R-003 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 28 | Denia Oktaria | A1A119095 | 2019 | R-003 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 66 |
| 29 | Hutommy | A1A119088 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 65 |
| 30 | Muhamad Febrian Fajri | A1A118027 | 2018 | R-001 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 73 |
| 31 | era susianty | A1A118016 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 64 |
| 32 | Tantowy | a1a119062 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 68 |
| 33 | Widya Wati Manurung | A1A119096 | 2019 | R-003 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 34 | Fijar abrori | A1A119101 | 2019 | R-003 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 72 |
| 35 | Sartika Dewi | A1A118036 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 64 |
| 36 | Dyah Setiawati putri Tampubolon | A1A119073 | 2019 | R-003 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 70 |
| 37 | Berliani Anisa | A1A119093 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 63 |
| 38 | Rachmat Trianjaya | A1A118009 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 64 |
| 39 | Sepha Aryanti | A1A119077 | 2019 | R-003 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 66 |
| 40 | Akbar Torihot Tampubolon | A1A119009 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 66 |
| 41 | Gilangrhamadan | A1A118030 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 68 |
| 42 | Dini Azizah | A1A118010 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 68 |
| 43 | Tri Wulandari | A1A118011 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 44 | Wilia nurlisa | A1A119083 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 63 |
| 45 | Pelita suryati samosir | A1A119020 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 62 |
| 46 | Eka feri yanti | A1A118050 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 47 | Ados Aleksander Sianturi | A1A119056 | 2019 | R-002 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 70 |
| 48 | Wildah Fauziah Muhata | A1A118052 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 68 |
| 49 | Wira Aditya | A1A118059 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 68 |
| 50 | Ahmad Fahruroji | A1A118044 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 51 | Nanda Sigit Ariyanto | A1A119027 | 2019 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 65 |
| 52 | Adi Tri Saputra | A1A119026 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 53 | Indah Apriliana | A1A118002 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 65 |
| 54 | Bintang Maharani | A1A118033 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 66 |
| 55 | Muhammad Fadel Erfan | A1A118063 | 2018 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 65 |
| 56 | Natasa | A1A118001 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 57 | Ririn Kartika | A1A118006 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 69 |
| 58 | Agustina Anggraini | A1A119079 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 65 |
| 59 | Ika Kumala Afiqoh | A1A119080 | 2019 | R-003 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 63 |
| 60 | Dewi Puspita Sari | A1A119049 | 2019 | R-003 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 61 | Sintia Putri Romaito Pane | A1A119086 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 62 | Mika Natasya A.S | A1A118003 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 66 |
| 63 | Sulis Daryanti | A1A118012 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 64 | Kartika Nawang Wulan | A1A118013 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 69 |
| 65 | Ilham Oktavian | A1A118017 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 66 | Rahmatil Ummah | A1A118014 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 65 |
| 67 | Kamilah | A1A118043 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 68 |
| 68 | Nopita Sari Manik | A1A118037 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 69 | Nia Audina | A1A118061 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 70 | Dian Raphita | A1A118058 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 68 |
| 71 | Ahmad Dimas Saputra | A1A119090 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 64 |
| 72 | Theresia Miranda | A1A119091 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 68 |
| 73 | Neneng Anjarwati | A1A119092 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 68 |
| 74 | Anggie Betti Purnama Ardi | A1A119094 | 2019 | R-003 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 64 |
| 75 | Itdatul Jannah | A1A119099 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 76 | Rif At Khairunnisa Mewiani | A1A1190102 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 66 |
| 77 | Gita Delviaman | A1A118018 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 66 |
| 78 | Ely Faleina | A1A118023 | 2018 | R-001 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 79 | Kurnia Nurul Fitriani | A1A118024 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 65 |
| 80 | Hanna Lestari Silalahi | A1A118040 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 66 |
| 81 | Karisma | A1A118051 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 69 |
| 82 | Selvina K. Perangin-Angin | A1A118053 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 65 |
| 83 | Farra Shazrena | A1A118022 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 64 |
| 84 | Charles David Siahaan | A1A118005 | 2018 | R-001 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 85 | Fahra Shazrena | A1A118022 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 64 |
| 86 | Welda Mayori | A1A118025 | 2018 | R-001 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 66 |
| 87 | Nichea Miza Jayenti | A1A118031 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 65 |
| 88 | Munfa Ati | A1A118035 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 89 | Anisa Wahyuni | A1A118038 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 65 |
| 90 | Ayu Asmarani R | A1A118041 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 91 | Dinda Astriani | A1A118054 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 92 | Okta Peruntungan | A1A118062 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 65 |
| 93 | Nirmala Winda | A1A118056 | 2018 | R-002 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 64 |
| 94 | Iren Apriliani | A1A118057 | 2018 | R-002 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 64 |
| 95 | Wiji | A1A119014 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 96 | Mega Putri Aulia | A1A119015 | 2019 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 97 | Roni Jetro Simamora | A1A119032 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 67 |
| 98 | Ispayana Sari | A1A119042 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 68 |
| 99 | Vuja Monica Sari | A1A119043 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 65 |
| 100 | Muhammad Tomi Maulana | A1A119023 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 101 | Lenny Yanti | A1A119044 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 102 | Sukma Silvia | A1A119054 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 65 |
| 103 | Lewita Dwi Cahyani | A1A119028 | 2019 | R-001 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 69 |
| 104 | Novita Eka Indriani | A1A119029 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 105 | Riska Yulianingsih | A1A119030 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 65 |
| 106 | Tri Aulia Sundari | A1A119033 | 2019 | R-001 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 65 |
| 107 | Reflina Ms. Gultom | A1A119035 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 68 |
| 108 | Taufik Naufal | A1A119031 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 69 |
| 109 | Eka Theresia Sihotang | A1A119045 | 2019 | R-002 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 110 | Tasya Rahmadani | A1A119051 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 111 | Nadya Agustin Dwi Putri | A1A119047 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 66 |
| 112 | Dita Lisnawati | A1A119036 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 113 | Diza Regita Istiqomah | A1A119039 | 2019 | R-001 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 114 | Dearti | A1A119070 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 66 |
| 115 | Denia Br Taringan | A1A119081 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 116 | Neri Larasati | A1A119058 | 2019 | R-002 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 66 |

**VARIABEL POTONGAN HARGA (X2)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Nama Lengkap Mahasiswa/i** | **NIN** | **Angkatan** | **Kelas** | **Butir Soal** | | | | | | | | **Jumlah** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** |
| 1 | Mona Br Siahaan | A1A119025 | 2019 | R-002 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 25 |
| 2 | Zulisa | A1A119064 | 2019 | R-003 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 21 |
| 3 | Risti Indah Aprilia | A1a119034 | 2019 | R-003 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 4 | Aulia Nurul Aini | A1A119067 | 2019 | R-003 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 5 | Agum Yudha Joni | A1A119087 | 2019 | R-003 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 24 |
| 6 | Riski Rona Annisa | A1A118048 | 2018 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 23 |
| 7 | Anggun Srilestari | A1A118060 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 8 | Andreas Hadinata | A1A119072 | 2019 | R-003 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 9 | Shely Desputri Usman | A1a119089 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 23 |
| 10 | Muhammad fiqri | A1A118019 | 2018 | R-001 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 21 |
| 11 | Evilia Agustina | A1A118034 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 24 |
| 12 | FITRIYANI | A1A118032 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 13 | Nur layli azura | A1a118020 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 21 |
| 14 | Linda | A1a118008 | 2018 | R-001 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 15 | Andyka wiratama | A1A118021 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 21 |
| 16 | Hotmartua Hutabarat | A1A118039 | 2018 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 22 |
| 17 | Aisyah lukitatary pramessariarda | A1A119075 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 24 |
| 18 | Meilinda Tri Wulandari | A1A118015 | 2018 | R-002 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 23 |
| 19 | Lailatul Fadilah | A1A118042 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 20 | ALPIAN PUTRA ZEGA | A1A118007 | 2018 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 25 |
| 21 | Lasmawati Br Turnip | A1A118026 | 2018 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 22 | Fitri Lestari | A1A118045 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 22 |
| 23 | Ayu Anjaswati | A1A118004 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 24 | Samsu alam | A1A119006 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 22 |
| 25 | Ruth Abigail | AA119041 | 2019 | R-001 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 26 | Muhamad ilham | A1A118055 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 27 | Elisabet Horida Pasaribu | A1A119076 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 22 |
| 28 | Denia Oktaria | A1A119095 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 29 | Hutommy | A1A119088 | 2019 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 30 | Muhamad Febrian Fajri | A1A118027 | 2018 | R-001 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 31 | era susianty | A1A118016 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 21 |
| 32 | Tantowy | a1a119062 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 33 | Widya Wati Manurung | A1A119096 | 2019 | R-003 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 22 |
| 34 | Fijar abrori | A1A119101 | 2019 | R-003 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 35 | Sartika Dewi | A1A118036 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 22 |
| 36 | Dyah Setiawati putri Tampubolon | A1A119073 | 2019 | R-003 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 24 |
| 37 | Berliani Anisa | A1A119093 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 38 | Rachmat Trianjaya | A1A118009 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 22 |
| 39 | Sepha Aryanti | A1A119077 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 23 |
| 40 | Akbar Torihot Tampubolon | A1A119009 | 2019 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 41 | Gilangrhamadan | A1A118030 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 42 | Dini Azizah | A1A118010 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 23 |
| 43 | Tri Wulandari | A1A118011 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 24 |
| 44 | Wilia nurlisa | A1A119083 | 2019 | R-003 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 21 |
| 45 | Pelita suryati samosir | A1A119020 | 2019 | R-003 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 20 |
| 46 | Eka feri yanti | A1A118050 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 22 |
| 47 | Ados Aleksander Sianturi | A1A119056 | 2019 | R-002 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 25 |
| 48 | Wildah Fauziah Muhata | A1A118052 | 2018 | R-002 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 49 | Wira Aditya | A1A118059 | 2018 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 22 |
| 50 | Ahmad Fahruroji | A1A118044 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 51 | Nanda Sigit Ariyanto | A1A119027 | 2019 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 52 | Adi Tri Saputra | A1A119026 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 53 | Indah Apriliana | A1A118002 | 2018 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 54 | Bintang Maharani | A1A118033 | 2018 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 22 |
| 55 | Muhammad Fadel Erfan | A1A118063 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 24 |
| 56 | Natasa | A1A118001 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 23 |
| 57 | Ririn Kartika | A1A118006 | 2018 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 58 | Agustina Anggraini | A1A119079 | 2019 | R-003 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 22 |
| 59 | Ika Kumala Afiqoh | A1A119080 | 2019 | R-003 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 60 | Dewi Puspita Sari | A1A119049 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 61 | Sintia Putri Romaito Pane | A1A119086 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 23 |
| 62 | Mika Natasya A.S | A1A118003 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 24 |
| 63 | Sulis Daryanti | A1A118012 | 2018 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 22 |
| 64 | Kartika Nawang Wulan | A1A118013 | 2018 | R-001 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 65 | Ilham Oktavian | A1A118017 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 66 | Rahmatil Ummah | A1A118014 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 23 |
| 67 | Kamilah | A1A118043 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 25 |
| 68 | Nopita Sari Manik | A1A118037 | 2018 | R-002 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 69 | Nia Audina | A1A118061 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 22 |
| 70 | Dian Raphita | A1A118058 | 2018 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 71 | Ahmad Dimas Saputra | A1A119090 | 2019 | R-003 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 72 | Theresia Miranda | A1A119091 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 73 | Neneng Anjarwati | A1A119092 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 74 | Anggie Betti Purnama Ardi | A1A119094 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 23 |
| 75 | Itdatul Jannah | A1A119099 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 76 | Rif At Khairunnisa Mewiani | A1A1190102 | 2019 | R-003 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 77 | Gita Delviaman | A1A118018 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 78 | Ely Faleina | A1A118023 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 25 |
| 79 | Kurnia Nurul Fitriani | A1A118024 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 25 |
| 80 | Hanna Lestari Silalahi | A1A118040 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 81 | Karisma | A1A118051 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 21 |
| 82 | Selvina K. Perangin-Angin | A1A118053 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 83 | Farra Shazrena | A1A118022 | 2018 | R-002 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 84 | Charles David Siahaan | A1A118005 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 24 |
| 85 | Fahra Shazrena | A1A118022 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 86 | Welda Mayori | A1A118025 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 23 |
| 87 | Nichea Miza Jayenti | A1A118031 | 2018 | R-002 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 88 | Munfa Ati | A1A118035 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 89 | Anisa Wahyuni | A1A118038 | 2018 | R-002 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 21 |
| 90 | Ayu Asmarani R | A1A118041 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 21 |
| 91 | Dinda Astriani | A1A118054 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 23 |
| 92 | Okta Peruntungan | A1A118062 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 23 |
| 93 | Nirmala Winda | A1A118056 | 2018 | R-002 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 22 |
| 94 | Iren Apriliani | A1A118057 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 95 | Wiji | A1A119014 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 22 |
| 96 | Mega Putri Aulia | A1A119015 | 2019 | R-002 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 97 | Roni Jetro Simamora | A1A119032 | 2019 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 98 | Ispayana Sari | A1A119042 | 2019 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 99 | Vuja Monica Sari | A1A119043 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 100 | Muhammad Tomi Maulana | A1A119023 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 23 |
| 101 | Lenny Yanti | A1A119044 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 102 | Sukma Silvia | A1A119054 | 2019 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 103 | Lewita Dwi Cahyani | A1A119028 | 2019 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 22 |
| 104 | Novita Eka Indriani | A1A119029 | 2019 | R-001 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 105 | Riska Yulianingsih | A1A119030 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 106 | Tri Aulia Sundari | A1A119033 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 23 |
| 107 | Reflina Ms. Gultom | A1A119035 | 2019 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 108 | Taufik Naufal | A1A119031 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 22 |
| 109 | Eka Theresia Sihotang | A1A119045 | 2019 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 23 |
| 110 | Tasya Rahmadani | A1A119051 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 23 |
| 111 | Nadya Agustin Dwi Putri | A1A119047 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 24 |
| 112 | Dita Lisnawati | A1A119036 | 2019 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 22 |
| 113 | Diza Regita Istiqomah | A1A119039 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 21 |
| 114 | Dearti | A1A119070 | 2019 | R-002 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 115 | Denia Br Taringan | A1A119081 | 2019 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 116 | Neri Larasati | A1A119058 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 23 |

**VARIABEL MINAT BELANJA *ONLINE***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Nama Lengkap Mahasiswa/i** | **NIN** | **Angkatan** | **Kelas** | **Butir Soal** | | | | | | | | | **Jumlah** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** |
| 1 | Mona Br Siahaan | A1A119025 | 2019 | R-002 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 29 |
| 2 | Zulisa | A1A119064 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | Risti Indah Aprilia | A1a119034 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 4 | Aulia Nurul Aini | A1A119067 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 5 | Agum Yudha Joni | A1A119087 | 2019 | R-003 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 6 | Riski Rona Annisa | A1A118048 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 27 |
| 7 | Anggun Srilestari | A1A118060 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 8 | Andreas Hadinata | A1A119072 | 2019 | R-003 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 9 | Shely Desputri Usman | A1a119089 | 2019 | R-003 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 27 |
| 10 | Muhammad fiqri | A1A118019 | 2018 | R-001 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 26 |
| 11 | Evilia Agustina | A1A118034 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 26 |
| 12 | FITRIYANI | A1A118032 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 13 | Nur layli azura | A1a118020 | 2018 | R-001 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 14 | Linda | A1a118008 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 24 |
| 15 | Andyka wiratama | A1A118021 | 2018 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 16 | Hotmartua Hutabarat | A1A118039 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 27 |
| 17 | Aisyah lukitatary pramessariarda | A1A119075 | 2019 | R-001 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 30 |
| 18 | Meilinda Tri Wulandari | A1A118015 | 2018 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 29 |
| 19 | Lailatul Fadilah | A1A118042 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28 |
| 20 | ALPIAN PUTRA ZEGA | A1A118007 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 29 |
| 21 | Lasmawati Br Turnip | A1A118026 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 22 | Fitri Lestari | A1A118045 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 23 | Ayu Anjaswati | A1A118004 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 27 |
| 24 | Samsu alam | A1A119006 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 27 |
| 25 | Ruth Abigail | AA119041 | 2019 | R-001 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 26 |
| 26 | Muhamad ilham | A1A118055 | 2018 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 26 |
| 27 | Elisabet Horida Pasaribu | A1A119076 | 2019 | R-003 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 28 | Denia Oktaria | A1A119095 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 29 | Hutommy | A1A119088 | 2019 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 26 |
| 30 | Muhamad Febrian Fajri | A1A118027 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 29 |
| 31 | era susianty | A1A118016 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 32 | Tantowy | a1a119062 | 2019 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 26 |
| 33 | Widya Wati Manurung | A1A119096 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 25 |
| 34 | Fijar abrori | A1A119101 | 2019 | R-003 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| 35 | Sartika Dewi | A1A118036 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 36 | Dyah Setiawati putri Tampubolon | A1A119073 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28 |
| 37 | Berliani Anisa | A1A119093 | 2019 | R-003 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 38 | Rachmat Trianjaya | A1A118009 | 2018 | R-001 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28 |
| 39 | Sepha Aryanti | A1A119077 | 2019 | R-003 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 27 |
| 40 | Akbar Torihot Tampubolon | A1A119009 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 24 |
| 41 | Gilangrhamadan | A1A118030 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 26 |
| 42 | Dini Azizah | A1A118010 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 43 | Tri Wulandari | A1A118011 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 44 | Wilia nurlisa | A1A119083 | 2019 | R-003 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 24 |
| 45 | Pelita suryati samosir | A1A119020 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 46 | Eka feri yanti | A1A118050 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26 |
| 47 | Ados Aleksander Sianturi | A1A119056 | 2019 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 48 | Wildah Fauziah Muhata | A1A118052 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 29 |
| 49 | Wira Aditya | A1A118059 | 2018 | R-002 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 50 | Ahmad Fahruroji | A1A118044 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 51 | Nanda Sigit Ariyanto | A1A119027 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 52 | Adi Tri Saputra | A1A119026 | 2019 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 53 | Indah Apriliana | A1A118002 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 25 |
| 54 | Bintang Maharani | A1A118033 | 2018 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 55 | Muhammad Fadel Erfan | A1A118063 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 56 | Natasa | A1A118001 | 2018 | R-001 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 57 | Ririn Kartika | A1A118006 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 58 | Agustina Anggraini | A1A119079 | 2019 | R-003 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 59 | Ika Kumala Afiqoh | A1A119080 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 25 |
| 60 | Dewi Puspita Sari | A1A119049 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 25 |
| 61 | Sintia Putri Romaito Pane | A1A119086 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 62 | Mika Natasya A.S | A1A118003 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 63 | Sulis Daryanti | A1A118012 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 64 | Kartika Nawang Wulan | A1A118013 | 2018 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 65 | Ilham Oktavian | A1A118017 | 2018 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 27 |
| 66 | Rahmatil Ummah | A1A118014 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 67 | Kamilah | A1A118043 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26 |
| 68 | Nopita Sari Manik | A1A118037 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 26 |
| 69 | Nia Audina | A1A118061 | 2018 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 26 |
| 70 | Dian Raphita | A1A118058 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 71 | Ahmad Dimas Saputra | A1A119090 | 2019 | R-003 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 72 | Theresia Miranda | A1A119091 | 2019 | R-003 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 73 | Neneng Anjarwati | A1A119092 | 2019 | R-003 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 74 | Anggie Betti Purnama Ardi | A1A119094 | 2019 | R-003 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 25 |
| 75 | Itdatul Jannah | A1A119099 | 2019 | R-003 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26 |
| 76 | Rif At Khairunnisa Mewiani | A1A1190102 | 2019 | R-003 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 77 | Gita Delviaman | A1A118018 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 27 |
| 78 | Ely Faleina | A1A118023 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 79 | Kurnia Nurul Fitriani | A1A118024 | 2018 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 80 | Hanna Lestari Silalahi | A1A118040 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 28 |
| 81 | Karisma | A1A118051 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 82 | Selvina K. Perangin-Angin | A1A118053 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 83 | Farra Shazrena | A1A118022 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 26 |
| 84 | Charles David Siahaan | A1A118005 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 85 | Fahra Shazrena | A1A118022 | 2018 | R-002 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 25 |
| 86 | Welda Mayori | A1A118025 | 2018 | R-001 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 87 | Nichea Miza Jayenti | A1A118031 | 2018 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 26 |
| 88 | Munfa Ati | A1A118035 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 89 | Anisa Wahyuni | A1A118038 | 2018 | R-002 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 90 | Ayu Asmarani R | A1A118041 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 91 | Dinda Astriani | A1A118054 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 26 |
| 92 | Okta Peruntungan | A1A118062 | 2018 | R-001 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 93 | Nirmala Winda | A1A118056 | 2018 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 94 | Iren Apriliani | A1A118057 | 2018 | R-002 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 25 |
| 95 | Wiji | A1A119014 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 96 | Mega Putri Aulia | A1A119015 | 2019 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 97 | Roni Jetro Simamora | A1A119032 | 2019 | R-002 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 26 |
| 98 | Ispayana Sari | A1A119042 | 2019 | R-002 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 99 | Vuja Monica Sari | A1A119043 | 2019 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 100 | Muhammad Tomi Maulana | A1A119023 | 2019 | R-001 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 27 |
| 101 | Lenny Yanti | A1A119044 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 102 | Sukma Silvia | A1A119054 | 2019 | R-002 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 103 | Lewita Dwi Cahyani | A1A119028 | 2019 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26 |
| 104 | Novita Eka Indriani | A1A119029 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 105 | Riska Yulianingsih | A1A119030 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 106 | Tri Aulia Sundari | A1A119033 | 2019 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 25 |
| 107 | Reflina Ms. Gultom | A1A119035 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 27 |
| 108 | Taufik Naufal | A1A119031 | 2019 | R-001 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 28 |
| 109 | Eka Theresia Sihotang | A1A119045 | 2019 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 110 | Tasya Rahmadani | A1A119051 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 111 | Nadya Agustin Dwi Putri | A1A119047 | 2019 | R-002 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 26 |
| 112 | Dita Lisnawati | A1A119036 | 2019 | R-001 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 25 |
| 113 | Diza Regita Istiqomah | A1A119039 | 2019 | R-001 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 26 |
| 114 | Dearti | A1A119070 | 2019 | R-002 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 115 | Denia Br Taringan | A1A119081 | 2019 | R-002 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 116 | Neri Larasati | A1A119058 | 2019 | R-002 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 27 |

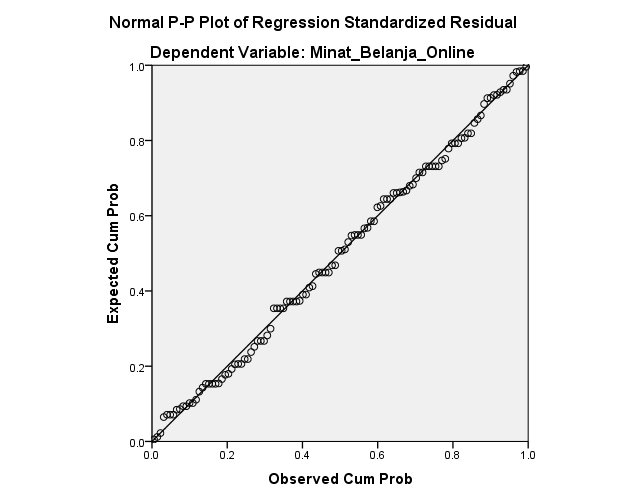
**Lampiran 22. Rata-Rata Tebel Penelitian**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kualitas Produk (X1) | Potongan Harga (X2) | Minat Belanja *Online* (Y) |
| 2,954545455 | 3,125 | 3,222222 |
| 2,954545455 | 2,625 | 2,888889 |
| 2,909090909 | 2,875 | 2,888889 |
| 2,863636364 | 2,875 | 2,888889 |
| 3,136363636 | 3 | 2,888889 |
| 3,045454545 | 2,875 | 3 |
| 2,954545455 | 2,875 | 3 |
| 3,227272727 | 3,125 | 3 |
| 3,045454545 | 2,875 | 3 |
| 2,954545455 | 2,625 | 2,888889 |
| 2,909090909 | 3 | 2,888889 |
| 2,863636364 | 2,875 | 2,888889 |
| 3 | 2,625 | 3,111111 |
| 3,045454545 | 3,125 | 2,666667 |
| 3,227272727 | 2,625 | 3,111111 |
| 2,954545455 | 2,75 | 3 |
| 3,227272727 | 3 | 3,333333 |
| 3,181818182 | 2,875 | 3,222222 |
| 3 | 3,25 | 3,111111 |
| 3,363636364 | 3,125 | 3,222222 |
| 3,136363636 | 2,875 | 2,777778 |
| 3,045454545 | 2,75 | 3,111111 |
| 3,090909091 | 3,125 | 3 |
| 3,181818182 | 2,75 | 3 |
| 3 | 2,75 | 2,888889 |
| 2,954545455 | 3 | 2,888889 |
| 3,045454545 | 2,75 | 2,777778 |
| 3 | 2,875 | 2,888889 |
| 2,954545455 | 2,875 | 2,888889 |
| 3,318181818 | 3,125 | 3,222222 |
| 2,909090909 | 2,625 | 3,111111 |
| 3,090909091 | 3 | 2,888889 |
| 3,045454545 | 2,75 | 2,777778 |
| 3,272727273 | 2,875 | 3,222222 |
| 2,909090909 | 2,75 | 2,888889 |
| 3,181818182 | 3 | 3,111111 |
| 2,863636364 | 2,875 | 3 |
| 2,909090909 | 2,75 | 3,111111 |
| 3 | 2,875 | 3 |
| 3 | 3 | 2,666667 |
| 3,090909091 | 2,875 | 2,888889 |
| 3,090909091 | 2,875 | 3 |
| 3,045454545 | 3 | 3,111111 |
| 2,863636364 | 2,625 | 2,666667 |
| 2,818181818 | 2,5 | 2,777778 |
| 3,045454545 | 2,75 | 2,888889 |
| 3,181818182 | 3,125 | 3,111111 |
| 3,090909091 | 3,125 | 3,222222 |
| 3,090909091 | 2,75 | 3 |
| 3,045454545 | 3,125 | 2,888889 |
| 2,954545455 | 3 | 2,888889 |
| 3,045454545 | 3 | 3 |
| 2,954545455 | 2,875 | 2,777778 |
| 3 | 2,75 | 3 |
| 2,954545455 | 3 | 3 |
| 3,045454545 | 2,875 | 2,777778 |
| 3,136363636 | 2,875 | 2,888889 |
| 2,954545455 | 2,75 | 3 |
| 2,863636364 | 3 | 2,777778 |
| 3 | 3 | 2,777778 |
| 3 | 2,875 | 2,777778 |
| 3 | 3 | 3 |
| 3,045454545 | 2,75 | 3 |
| 3,136363636 | 3,125 | 3 |
| 3 | 3 | 3 |
| 2,954545455 | 2,875 | 2,777778 |
| 3,090909091 | 3,125 | 2,888889 |
| 3 | 3 | 2,888889 |
| 3 | 2,75 | 2,888889 |
| 3,090909091 | 2,875 | 3,111111 |
| 2,909090909 | 2,875 | 3 |
| 3,090909091 | 3 | 3 |
| 3,090909091 | 2,875 | 3 |
| 2,909090909 | 2,875 | 2,777778 |
| 3 | 2,875 | 2,888889 |
| 3 | 3 | 2,888889 |
| 3 | 2,875 | 3 |
| 3 | 3,125 | 2,777778 |
| 2,954545455 | 3,125 | 3 |
| 3 | 3 | 3,111111 |
| 3,136363636 | 2,625 | 2,888889 |
| 2,954545455 | 3 | 2,888889 |
| 2,909090909 | 2,5 | 2,888889 |
| 3 | 3 | 2,888889 |
| 2,909090909 | 2,875 | 2,777778 |
| 3 | 2,875 | 2,888889 |
| 2,954545455 | 3 | 2,888889 |
| 3,045454545 | 3 | 2,888889 |
| 2,954545455 | 2,625 | 2,777778 |
| 3,045454545 | 2,625 | 3 |
| 3 | 2,875 | 2,888889 |
| 2,954545455 | 2,875 | 2,888889 |
| 2,909090909 | 2,75 | 2,888889 |
| 2,909090909 | 3 | 2,777778 |
| 3 | 2,75 | 2,777778 |
| 3 | 2,875 | 2,777778 |
| 3,045454545 | 3 | 2,888889 |
| 3,090909091 | 2,875 | 2,888889 |
| 2,954545455 | 3 | 3 |
| 3 | 2,875 | 3 |
| 3 | 3 | 2,777778 |
| 2,954545455 | 2,875 | 2,777778 |
| 3,136363636 | 2,75 | 2,888889 |
| 3,045454545 | 2,625 | 3,111111 |
| 2,954545455 | 3 | 3 |
| 2,954545455 | 2,875 | 2,777778 |
| 3,090909091 | 2,875 | 3 |
| 3,136363636 | 2,75 | 3,111111 |
| 3,045454545 | 2,875 | 3 |
| 3 | 2,875 | 3 |
| 3 | 3 | 2,888889 |
| 3,045454545 | 2,75 | 2,777778 |
| 3 | 2,625 | 2,888889 |
| 3 | 3,125 | 3,111111 |
| 3,045454545 | 3 | 2,888889 |
| 3 | 2,875 | 3 |

**Lampiran 23. Uji Prasyarat**

1. Uji Normalitas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** | | |
|  | | Unstandardized Residual |
| N | | 116 |
| Normal Parametersa,b | Mean | .0000000 |
| Std. Deviation | .11678341 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .042 |
| Positive | .042 |
| Negative | -.037 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .449 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .988 |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |



1. Uji Linearitas

Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk (X1) terhadap Minat Belanja *Online* (Y)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Case Processing Summary** | | | | | | |
|  | Cases | | | | | |
| Included | | Excluded | | Total | |
| N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| Minat\_Belanja\_Online \* Kualitas\_Produk | 116 | 100.0% | 0 | 0.0% | 116 | 100.0% |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Report** | | | |
| Minat\_Belanja\_Online | | | |
| Kualitas\_Produk | Mean | N | Std. Deviation |
| 2.818 | 2.77778 | 1 | . |
| 2.864 | 2.84444 | 5 | .126686 |
| 2.909 | 2.90909 | 11 | .119858 |
| 2.955 | 2.91534 | 21 | .110581 |
| 3.000 | 2.91852 | 30 | .116473 |
| 3.045 | 2.92398 | 19 | .128581 |
| 3.091 | 2.99074 | 12 | .100037 |
| 3.136 | 2.92063 | 7 | .105688 |
| 3.182 | 3.11111 | 4 | .090722 |
| 3.227 | 3.14815 | 3 | .169725 |
| 3.273 | 3.22222 | 1 | . |
| 3.318 | 3.22222 | 1 | . |
| 3.364 | 3.22222 | 1 | . |
| Total | 2.94157 | 116 | .133060 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ANOVA Table** | | | | | | | |
|  | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Minat\_Belanja\_ Online \* Kualitas\_Produk | Between Groups | (Combined) | .633 | 12 | .053 | 3.875 | .000 |
| Linearity | .462 | 1 | .462 | 33.947 | .000 |
| Deviation from Linearity | .171 | 11 | .016 | 1.141 | .338 |
| Within Groups | | 1.403 | 103 | .014 |  |  |
| Total | | 2.036 | 115 |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Measures of Association** | | | | |
|  | R | R Squared | Eta | Eta Squared |
| Minat\_Belanja\_Online \* Kualitas\_Produk | .477 | .227 | .558 | .311 |

Hasil Uji Linearitas Potongan Harga (X2) terhadap Minat Belanja *Online* (Y)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Case Processing Summary** | | | | | | |
|  | Cases | | | | | |
| Included | | Excluded | | Total | |
| N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| Minat\_Belanja\_Online \* Potongan\_Harga | 116 | 100.0% | 0 | 0.0% | 116 | 100.0% |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Report** | | | |
| Minat\_Belanja\_Online | | | |
| Potongan\_Harga | Mean | N | Std. Deviation |
| 2.500 | 2.83333 | 2 | .078567 |
| 2.625 | 2.94949 | 11 | .152053 |
| 2.750 | 2.93567 | 19 | .113044 |
| 2.875 | 2.92308 | 39 | .117240 |
| 3.000 | 2.92963 | 30 | .128797 |
| 3.125 | 3.02381 | 14 | .175296 |
| 3.250 | 3.11111 | 1 | . |
| Total | 2.94157 | 116 | .133060 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ANOVA Table** | | | | | | | |
|  | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Minat\_Belanja\_Online \* Potongan\_Harga | Between Groups | (Combined) | .166 | 6 | .028 | 1.611 | .151 |
| Linearity | .053 | 1 | .053 | 3.090 | .082 |
| Deviation from Linearity | .113 | 5 | .023 | 1.315 | .263 |
| Within Groups | | 1.870 | 109 | .017 |  |  |
| Total | | 2.036 | 115 |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Measures of Association** | | | | |
|  | R | R Squared | Eta | Eta Squared |
| Minat\_Belanja\_Online \* Potongan\_Harga | .161 | .026 | .285 | .081 |

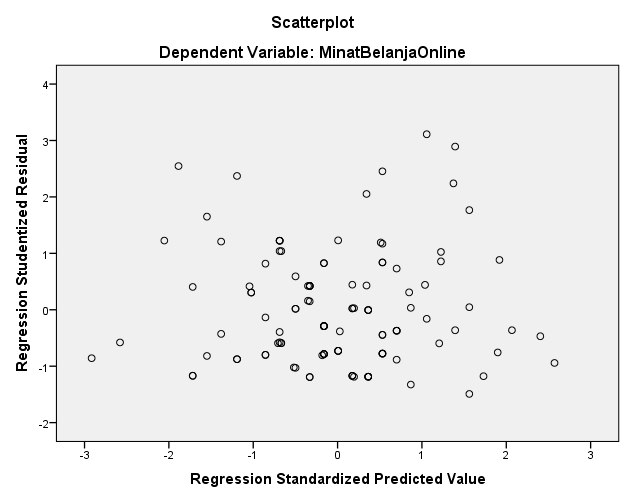
**Lampiran 24. Uji Asumsi Regresi**

1. Uji Multikolinearitas

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .877 | .367 |  | 2.388 | .019 |  |  |
| Kualitas\_Produk | .640 | .117 | .464 | 5.466 | .000 | .945 | 1.058 |
| Potongan\_Harga | .045 | .073 | .053 | .619 | .537 | .945 | 1.058 |
| a. Dependent Variable: Minat\_Belanja\_Online | | | | | | | | |

1. Uji Heteroskedastisitas

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | -.100 | .216 |  | -.461 | .645 |
| Kualitas\_Produk | .026 | .069 | .037 | .382 | .703 |
| Potongan\_Harga | .039 | .043 | .088 | .913 | .363 |
| a. Dependent Variable: RES2\_MinatBelanjaOnline | | | | | | |



**Lampiran 25. Hasil Uji Hipotesis**

1. Uji Analisis Linear Berganda

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | .877 | .367 |  | 2.388 | .019 |
| Kualitas\_Produk | .640 | .117 | .464 | 5.466 | .000 |
| Potongan\_Harga | .045 | .073 | .053 | .619 | .537 |
| a. Dependent Variable: Minat\_Belanja\_Online | | | | | | |

1. Uji Persial (Uji t)

Hasil Uji t Kualitas Produk (X1) terhadap Minat Belanja *Online* (Y)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | .877 | .367 |  | 2.388 | .019 |
| Kualitas\_Produk | .640 | .117 | .464 | 5.466 | .000 |
| a. Dependent Variable: Minat\_Belanja\_Online | | | | | | |

Hasil Uji t Potongan Harga (X2) terhadap Minat Belanja *Online* (Y)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | .877 | .367 |  | 2.388 | .019 |
| Potongan\_Harga | .045 | .073 | .053 | .619 | .537 |
| a. Dependent Variable: Minat\_Belanja\_Online | | | | | | |

1. Uji Simultan (Uji F)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ANOVAa** | | | | | | |
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | .468 | 2 | .234 | 16.847 | .000b |
| Residual | 1.568 | 113 | .014 |  |  |
| Total | 2.036 | 115 |  |  |  |
| a. Dependent Variable: Minat\_Belanja\_Online | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), Potongan\_Harga, Kualitas\_Produk | | | | | | |

1. Koefisien Determinasi Secara Simultan (R *Square*)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model Summaryb** | | | | | |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .479a | .230 | .216 | .117812 | 1.790 |
| a. Predictors: (Constant), Potongan\_Harga, Kualitas\_Produk | | | | | |
| b. Dependent Variable: Minat\_Belanja\_Online | | | | | |