Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Responden

1. Tingkat Pengembalian Kuesioner

Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan skunder yang melalui penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner). Teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael (Sugiyono, 2013). Sampel diambil berdasarkan jumlah populasi yang tidak diketahui. Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi pada penelitian yaitu menggunakan rumus *Isacc And Michael* . Rumus *Isacc And Michael* ini telah diberikan hasil perhitungan yang berguna untuk menenetukan jumlahsampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5%, 10%. Pada penelitian ini tingkat kesalahan atau *sampling error* dalam menentukan jumlah sampel yaitu pada tingkat kesalahan 10%. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 272 sampel. Seperti Tabel 4 berikut ini:

Tabel 7 : Tabel Penentuan Jumlah Sampel Isaac dan Michael untuk Tingkat Kesalahan 1%, 5%, dan 10%

N	S		
	1%	5%	10%
10	10	10	10
15	15	14	14
20	19	19	19
25	24	23	23
30	29	28	27
…	…	…	…

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

50000	663	348	270
55000	663	348	270
60000	**663**	**348**	**270**
…	..	..	..
1000000	663	348	271
∞	663	349	272

Sumber : sugiyono, metodologi penelitian pendidikan (pendidikan kualitatif, kuantitatif, dan R&D), (bandung : Alfabeta,2010).128

B. Deskripsi Tanggapan Responden

1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Budaya (X_1)

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabel faktor budaya (X_1) dapat dilihat dalam tabel 8 dibawah ini :

Tabel 8: Hasil Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Budaya (X_1)

No	Pernyataan	Bobot Jawaban					Jum Lah	Rata-Rata	Rang king
		SS	S	N	TS	STS			
1	Saya menggunakan *E-comerce* Tokopedia karena banyak masyarakat yang memakai dan percayakepada *E-comerce* Tokopedia	119	143	10	-	-	1.197	1.16	3
2	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia karena kelihatan lebih menarik dan menjadi trend untuk berbelanja dimanapun dan bisa di gunakan kapan saja bisa	133	135	4	-	-	1.217	4.47	1
3	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia karena keluarga besar saya menggunakan *E-*	99	164	9	-	-	1.178	4.33	2

	comerce Tokopedia								

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui ada 3 pernyataan dari Faktor Kebudaya (X_1). Dapat diketahui pula bahwa pernyataan ke 2 memiliki ranking 1 yaitu pada dasarnya responden menjawab pernyataan tersebut dengan sangat setuju sebanyak 133 orang dan setuju sebanyak 135 orang. Artinya responden tersebut menilai sangat setuju dan setuju karena menggunakan *E-comerce* Tokopedia karena banyak masyarakat yang memakai dan percayakepada *E-comerce* Tokopedia. Dari pernyataan ke 2 tersebut dapat diketahui hasil dari rata-rata pernyataan ke 2 dengan jumlah rata-rata 4.47.

Rangking ke 2 terletak pada pernyataan ke 3. Yaitu pernyataan ke 1 responden menjawab pernyataan tersebut dengan sangat setuju sebanyak 99 orang. Artinya responden tersebut menilai sanga setuju karena memilih *E-comerce* Tokopedia karena keluarga besar saya menggunakan *E-comerce* Tokopedia. Dari pernyataan ke 3 tersebut dapat diketahui hasil dari rata-rata pernyataan ke1 dengan jumlah rata-rata sebesar 4.33

Rangking ke 3 terletak pada pernyataan ke1 responden menjawab pernyataan dengan sangat setuju sebanyak 119 orang. Artinya responden tersebut menilai sangat setuju karena memilih *E-comerce* Tokopedia karena kelihatan lebih menarik dan menjadi trend untuk berbelanja dimanapun dan bisa di gunakan kapan saja bisa. Dari pernyataan ke 1 tersebut dapat diketahui hasil dari rata-rata dengan jumlah sebesar 1.16.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

Hak Cipta Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Sosial (X_2)

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabel faktor sosial (X_2) dapat dilihat dalam tabel 9 dibawah ini :

Tabel 9: Hasil Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Sosial (X_2)

No	Pernyataan	Bobot Jawaban					Jum Lah	Rata-Rata	Rang king
		SS	S	N	TS	STS			
1	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia supaya lebih mengikuti perkembangan zaman	125	134	13	-	-	1.200	4.41	1
2	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia karena rekomendasi dari keluarga	108	154	10	-	-	1.186	4.36	2
3	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia karena mampu mencerminkan kelas sosial (menengah keatas atau kebawah)	102	157	13	-	-	1.177	4.32	3

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui ada 3 pernyataan dari Faktor Sosial (X_2). Dapat diketahui pula bahwa pernyataan ke 1 memiliki ranking 1 yaitu pada dasarnya responden menjawab pernyataan tersebut dengan sangat setuju sebanyak 125 orang dan setuju sebanyak 134 orang. Artinya responden tersebut menilai sangat setuju dan setuju karena memilih *E-comerce* Tokopedia supaya lebih mengikuti perkembangan zaman. Dari pernyataan ke 1 tersebut dapat diketahui hasil dari rata-rata pernyataan ke 1 dengan jumlah rata-rata sebesar 4.41.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

Rangking ke 2 terletak pada pernyataan ke 2. Responden menjawab pernyataan tersebut paling banyak dengan kategori sangat setuju sebanyak 108 orang. Artinya responden tersebut memilih *E-comerce* Tokopedia karena rekomendasi dari keluarga. Dari pernyataan ke 2 tersebut dapat diketahui hasil rata – rata sebesar 4.36

. Rangking ke 3 terletak pada pernyataan ke 3. Responden menjawab pernyataan tersebut paling banyak dengan kategori sangat setuju sebanyak 102 orang. Artinya responden tersebut memilih *E-comerce* Tokopedia karena mampu mencerminkan kelas sosial (menengah keatas atau kebawah). memilih *E-comerce* Tokopedia karena rekomendasi dari keluarga. Dari pernyataan ke 3 tersebut dapat diketahui hasil rata – rata sebesar 4.32.

3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Pribadi (X_3)

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabrl faktor Pribadi (X_3) dapat dilihat dalam tabel 10 dibawah ini :

Tabel 10: Hasil Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor kepribadian (X_3)

No	Pernyataan	Bobot Jawaban					Jum Lah	Rata-Rata	Rang king
		SS	S	N	TS	STS			
1	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia karena produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan selera saya	133	130	9	-	-	1.212	4.45	2
2	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia karena sesuai dengan penghasilan saya	103	159	10	-	-	1.181	4.34	4

3	Saya memilih *E-comerce* tokopedia karena sesuai dengan keperibadian saya yang mana pengen melakukan sesuatu dengan mudah dan cepat	110	150	12	-	-	1.186	4.36	3
4	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia karena sesuai dengan gaya hidup saya	135	133	4			1.219	4.48	1

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui ada 4 pernyataan dari Faktor Kepribadian (X_3). Dapat diketahui pula bahwa pernyataan ke 4 memiliki ranking 1 Yaitu pernyataan ke4 responden menjawab pernyataan tersebut dengan sangat setuju sebanyak 135 orang. Artinya responden tersebut memilih *E-comerce* Tokopedia karena sesuai dengan gaya hidup. Dari pernyataan ke 4 tersebut dapat diketahui hasil dari rata-rata dengan jumlah sebesar 4.48.

. Rangking ke 2 terletak pada pernyataan ke 1. Responden menjawab pernyataan tersebut paling banyak dengan kategori sangat setuju sebanyak 133 orang. Artinya responden tersebut memilih *E-comerce* Tokopedia karena produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan selera. Dari pernyataan ke1 tersebut dapat diketahui hasil rata – rata sebesar 4.45.

Rangking ke 3 terletak pada pernyataan ke 3. Responden menjawab pernyataan tersebut paling banyak dengan kategori sangat setuju sebanyak 110 orang. Artinya responden tersebut memilih *E-comerce* Tokopedia karena sesuai dengan keperibadian saya yang mana pengen melakukan sesuatu dengan mudah dan cepat. Dari pernyataan ke 3 tersebut dapat diketahui hasil rata – rata sebesar 4.36.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

Rangking ke 4 terletak pada pernyataan ke2. Responden menjawab pernyataan tersebut paling banyak dengan kategori sangat setuju sebanyak 103 orang. Artinya responden tersebut memilih *E-comerce* Tokopedia karena sesuai dengan penghasilan. Dari pernyataan 2 tersebut dapat diketahui hasil rata – rata sebesar 4.34.

4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Psikologis (X_4)

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabrl faktor budaya (X_4) dapat dilihat dalam tabel 11 dibawah ini :

Tabel 11: Hasil Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Psikologis (X_4)

No	Pernyataan	Bobot Jawaban					Jum Lah	Rata-Rata	Rang king
		SS	S	N	TS	STS			
1	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia karena inggin memuaskan rasa penasaran saya akan produk yang ditawarkan	102	157	13	-	-	1.177	4.32	2
2	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia karena saya mempunyai presepsi yang baik terhadap *E-comerce* Tokopedia	119	143	10	-	-	1.197	4.40	2
3	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia karena karena dari pembelajaran saya yang saya terima bahwa *E-comerce* Tokopedia sangat bisa dipercaya	130	130	9	-	-	1.074	3.94	4
4	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia karena pengalaman	133	135	4			1.217	4.47	1

	kinerja *E-comerce* Tokopedia yang tidak terpengaruh pada saat kerisis								

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui ada 4 pernyataan dari variabel Psikologis (X_4). Dapat diketahui pula bahwa pernyataan ke 4 memiliki ranking 1. Pernyataan ke 1 yaitu pada dasarnya responden menjawab pernyataan tersebut dengan sangat setuju sebanyak 133 orang. Artinya responden tersebut menilai sangat setuju karena memilih *E-comerce* Tokopedia karena pengalaman kinerja *E-comerce* Tokopedia yang tidak terpengaruh pada saat kerisis. Dari pernyataan ke 4 tersebut dapat diketahui hasil rata-rata sebesar 4.47.

Rangking ke 2 terletak pada pernyataan ke 1. Responden menjawab pernyataan tersebut paling banyak dengan kategori sangat setuju sebanyak 102 orang. Artinya responden tersebut memilih *E-comerce* Tokopedia karena inggin memuaskan rasa penasaran saya akan produk yang ditawarkan. Dari pernyataan ke1 tersebut dapat diketahui hasil rata - rata sebesar 4.32

Rangking ke 3 terletak pada pernyataan ke 2. Responden menjawab pernyataan tersebut paling banyak dengan kategori sangat setuju sebanyak 119 orang. Artinya responden tersebut menilai sangat setuju bahwa memilih *E-comerce* Tokopedia karena pengalaman kinerja *E-comerce* Tokopedia yang tidak terpengaruh pada saat kerisis. Dari pernyataan ke 2 tersebut dapat diketahui hasil rata - rata sebesar 4.40.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

Rangking ke 4 terletak pada pernyataan ke 3. Responden menjawab pernyataan tersebut paling banyak dengan kategori sangat setuju sebanyak 130 orang. Artinya responden tersebut memilih *E-comerce* Tokopedia karena karena dari pembelajaran saya yang saya terima bahwa *E-comerce* Tokopedia sangat bisa dipercaya. Dari pernyataan ke 3 tersebut dapat diketahui hasil rata - rata sebesar 3.94.

5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabrl Keputusan Pembelian (Y) dapat dilihat dalam tabel 12 dibawah ini :

Tabel 12: Hasil Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Bobot Jawaban					Jum Lah	Rata-Rata	Rang king
		SS	S	N	TS	STS			
1	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia karena sudah sesuai dengan kebutuhan saya	99	168	5	-	-	1.182	4.34	2
2	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia karena memberikan informasi secara lengkap dan jelas	97	160	15	-	-	1.169	4.29	4
3	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia karena puas dengan produk yang ditawarkan	150	102	20	-	-	763	2.80	5
4	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia karena termotivasi akan kinerjanya	136	126	10			1.214	4.46	1
5	Saya memilih *E-comerce* Tokopedia	102	160	10			1.180	4.33	3

	karena memiliki kualitas pelayanan yang baik								

Tabel di atas dapat diketahui ada 5 pernyataan dari Faktor Keputusan Pembelian (Y). Dapat diketahui pula bahwa pernyataan ke 4 memiliki ranking 1 yaitu pada dasarnya responden menjawab pernyataan tersebut dengan sangat setuju sebanyak 136 orang dan setuju sebanyak 126 orang. Artinya responden tersebut menilai sangat setuju dan setuju karena memilih *E-comerce* Tokopedia karena termotivasi akan kinerjanya. Dari pernyataan ke 4 tersebut dapat diketahui hasil dari rata-rata pernyataan ke 4 dengan jumlah rata-rata sebesar 4.46.

Rangking ke 2 terletak pada pernyataan ke 1. Responden menjawab pernyataan tersebut paling banyak dengan kategori sangat setuju sebanyak 99 orang. Artinya responden tersebut menilai sangat setuju bahwa memilih *E-comerce* Tokopedia karena memberikan informasi secara lengkap dan jelas. Dari pernyataan ke 1 tersebut dapat diketahui hasil rata - rata sebesar 4.34

Rangking ke 3 terletak pada pernyataan ke 5. Responden menjawab pernyataan tersebut paling banyak dengan kategori sangat setuju sebanyak 102 orang. Artinya responden tersebut memilih *E-comerce* Tokopedia karena memiliki kualitas pelayanan yang baik. Dari pernyataan ke 5 tersebut dapat diketahui hasil rata - rata sebesar 4.33.

Rangking ke 4 terletak pada pernyataan ke 2. Responden menjawab pernyataan tersebut paling banyak dengan kategori sangat setuju sebanyak 97 orang. Artinya responden tersebut menilai sangat setuju bahwa memilih *E-comerce*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

Tokopedia karena memberikan informasi secara lengkap dan jelas. Dari pernyataan ke 2 tersebut dapat diketahui hasil rata - rata sebesar 4.29.

Rangking ke 5 terletak pada pernyataan ke 3. Responden menjawab pernyataan tersebut paling banyak dengan kategori sangat setuju sebanyak 150 orang. Artinya responden tersebut menilai sangat setuju bahwa memilih *E-comerce* Tokopedia karena puas dengan produk yang ditawarkan. Dari pernyataan ke 3 tersebut dapat diketahui hasil rata - rata sebesar 2.80.

C. Hasil Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan informasi mengenai variabel penelitian. Variabel penelitian di sini meliputi Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Keperibadian Dan Faktor Psikologis. Ukuran yang digunakan dalam deskriptif disini berupa nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi. Statistil deskriptif untuk masing-masinh variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 13 berikut:

Tabel 13: Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FAKTOR_BUDAYA	272	10	15	12.98	1.271
FAKTOR_SOSIAL	272	9	15	12.96	1.350
FAKTOR_KEPRIBADIAN	272	13	20	17.06	1.633
FAKTOR_PSIKOLOGIS	272	14	20	17.34	1.477
FAKTOR_PEMBELIAN	272	18	25	21.73	1.939
Valid N (listwise)	272				

Sumber : *data olahan SPSS 26*

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

Berdasarkan tabel 13 dapat dilihat bahwa statistik deskriptif menunjukkan informasi mengenai nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi masing-masing variabel dengan jumlah data (N) yang valid adalah sebanyak 272 . Nilai minimum Faktor Budaya 10 dan maksimum sebesar 15 dengan nilai rata-rata *(mean)* sebesar 12.98 dan standar deviasi 1.271. Faktor Sosial memiliki nilai minimum sebesar 9 dan masksimum sebesar 15 dengan nilai rata-rata *(mean)* sebesar 12.96 dan standar deviasi sebesar 1.350. Faktor Kepribadian memiliki nilai minimum sebesar 13 dan masksimum sebesar 20 dengan nilai rata-rata *(mean)* sebesar 17.06 dan standar deviasi sebesar 1.633. Faktor Psikologi memiliki nilai minimum sebesar 14 dan masksimum sebesar 20 dengan nilai rata-rata *(mean)* sebesar 17.34 dan standar deviasi sebesar 1.477. dan Variabel Kepuasan Pembelian memiliki nilai minimum 18 dan masksimum sebesar 25 dengan nilai rata-rata *(mean)* sebesar 21.73 dan standar deviasi sebesar 1.939.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Tabel 14 : Hasil Uji Validitas Faktor Budaya (X_1)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	TOTALX.2
X2.1	Pearson Correlation	1	.298**	.405**	.729**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	272	272	272	272
X2.2	Pearson Correlation	.298**	1	.487**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	272	272	272	272

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

X2.3	Pearson Correlation	.405**	.487**	1	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	272	272	272	272
TOTALX.2	Pearson Correlation	.729**	.789**	.800**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	272	272	272	272

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber data olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk Faktor Budaya memiliki status valid, karena semua dari pernyataan nilai R_{hitung} (*pearson Correlation)*) lebih besar daripada R_{tabel} sebesar 0.099, ($R_{hitung} > R_{tabel}$ 0,099) dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari pada 0,1.(0,000 < 0,1)

Tabel 15 : Hasil Uji Validitas Faktor Sosial (X_2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	TOTALX.2
X2.1	Pearson Correlation	1	.298**	.405**	.729**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	272	272	272	272
X2.2	Pearson Correlation	.298**	1	.487**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	272	272	272	272
X2.3	Pearson Correlation	.405**	.487**	1	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	272	272	272	272
TOTALX.2	Pearson Correlation	.729**	.789**	.800**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	272	272	272	272

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber data olahan SPSS 26

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

Berdasarkan tabel 15 di atas maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk Faktor Sosial memiliki status valid, karena semua dari pernyataan nilai R_{hitung} (*pearson Correlation)*)lebih besar daripada R_{tabel} sebesar 0,099 ($R_{hitung} > R_{tabel}$ 0,099) dan nilai sig 0,000 lebih kecil 0,1 (0,000 < 0,1)

Tabel 16 : Hasil Uji Validitas Faktor Kepribadian (X_3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTALX.3
X3.1	Pearson Correlation	1	.393**	.377**	.279**	.731**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	272	272	272	272	272
X3.2	Pearson Correlation	.393**	1	.719**	.168**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.005	.000
	N	272	272	272	272	272
X3.3	Pearson Correlation	.377**	.719**	1	.208**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000
	N	272	272	272	272	272
X3.4	Pearson Correlation	.279**	.168**	.208**	1	.542**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.001		.000
	N	272	272	272	272	272
TOTALX.3	Pearson Correlation	.731**	.795**	.807**	.542**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	272	272	272	272	272

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber data olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk Faktor Kepribadian memiliki status valid, karena semua dari pernyataan nilai R_{hitung} (*pearson Correlation)*)lebih besar daripada R_{tabel} sebesar 0,099 ($R_{hitung} > R_{tabel}$ 0,099) dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,1 (0,000 < 0,1)

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

Tabel 17 : Hasil Uji Validitas Faktor Psikologis (X_4)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTALX.4
X4.1	Pearson Correlation	1	.217**	.208**	.152*	.585**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.012	.000
	N	272	272	272	272	272
X4.2	Pearson Correlation	.217**	1	.452**	.065	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.284	.000
	N	272	272	272	272	272
X4.3	Pearson Correlation	.208**	.452**	1	.203**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.001	.000
	N	272	272	272	272	272
X4.4	Pearson Correlation	.152*	.065	.203**	1	.587**
	Sig. (2-tailed)	.012	.284	.001		.000
	N	272	272	272	272	272
TOTALX.4	Pearson Correlation	.585**	.683**	.708**	.587**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	272	272	272	272	272

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber data olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk Faktor Psikologis memiliki status valid, karena semua dari pernyataan nilai R_{hitung} (*pearson Correlation)*)lebih besar daripada R_{tabel} sebesar 0,099 ($R_{hitung} > R_{tabel}$ 0,099) dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,1 (0,000 < 0,1)

Tabel 18 : Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL.Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.389**	.132*	.289**	.223**	.587**
	Sig. (2-tailed)		.000	.030	.000	.000	.000
	N	272	272	272	272	272	272

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

Y.2	Pearson Correlation	.389**	1	.269**	.319**	.529**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	272	272	272	272	272	272
Y.3	Pearson Correlation	.132*	.269**	1	.155*	.189**	.571**
	Sig. (2-tailed)	.030	.000		.010	.002	.000
	N	272	272	272	272	272	272
Y.4	Pearson Correlation	.289**	.319**	.155*	1	.318**	.614**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010		.000	.000
	N	272	272	272	272	272	272
Y.5	Pearson Correlation	.223**	.529**	.189**	.318**	1	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000		.000
	N	272	272	272	272	272	272
TOTAL.Y	Pearson Correlation	.587**	.788**	.571**	.614**	.693**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	272	272	272	272	272	272

Sumber data olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk Keputusan Pembelian memiliki status valid, karena semua dari pernyataan nilai R $_{hitung}$ (*pearson Correlation)*) lebih besar dari nilai R $_{tabel}$ sebesar 0,099 (R $_{hitung}$ > R $_{tabel}$ 0,099) dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,1 (0,000 < 0,1).

b. Uji Realibilitas

Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel bila dapat digunakan lebih dari satu kali dalam kurun waktu yang berbeda, namun masih menunjukan hasil yang konsisten atau sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel jika hasil perhitungan memiliki koefisien kehandalan sebesar $\alpha \leq 0{,}1$. Atau instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika koefisien yang diperoleh lebih besar dari 0,6.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

Tabel 19 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	*Cronbach Alpha*	Syarat	Keterangan
Faktor Budaya	0.522	0.60	Reliabel
Faktor Sosial	0.659	0.60	Reliabel
Faktor Kepribadian	0.695	0.60	Reliabel
Faktor Psikologi	0.745	0.60	Reliabel
Keputusan Pembeli	0.659	0.60	Reliabel

Sumber : data olahan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji coba Reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus alpha, dimana N sama dengan 272 , diperoleh *Cronbach's Alpha* Faktor Budaya sebesar 0.522, *Cronbach's Alpha* faktor sosial sebesar 0.659, *Cronbach's Alpha* Faktor Kepribadian sebesar 0.695, *Cronbach's Alpha* Faktor Psikologis sebesar 0.745 dan *Cronbach's Alpha* Keputusan Pembelian sebesar 0.659. Hal ini berarti bahwa, nilai ini telah melewati syarat reliabilitas sebesar 0,60 sehingga semua butir soal yang ada pada instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

D. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas *kolmogorov smirnov* merupakan dari uji asumsi klasik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas tersebut jika nilai signifikan lebih besar dari 0,1 (sig > 0,1) maka nilai residual berdistribusi normal, jika nilai signifikan berdistribusi lebih kecil dari 0,1 (sig < 0,1) maka nilai residual tidak normal.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

Tabel 20: Hasil Uji Normalitas *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		272
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.59798841
Most Extreme Differences	Absolute	.031
	Positive	.026
	Negative	-.031
Test Statistic		.031
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data Olahan SPSS 26

Bedasarkan hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel 20 di atas diketahui hasil uji normalitas pada seluruh variable penelitian didapatkan nilai signifikan 200 yang mana angka tersebut lebih besar dari 0,1 (200 > 0,1) Maka dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal.

E. Uji Multikolienaritas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model. Multikolineritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation faktor* (VIF). Masing-masing variabel independen, jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 (*tolerance* > 0,10) dan nilai *variance inflation faktor* lebih kecil dari 10 (VIF < 10) maka data tidak terjadi gejala Multikoliniritas (Ghozali,2016)

Hasil pengujian uji multikolineritas adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

Tabel 21 : Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.774	1.506		5.163	.000		
	FAKTOR_BUDAYA	.428	.092	.280	4.634	.000	.695	1.439
	FAKTOR_SOSIAL	.422	.090	.293	4.676	.000	.646	1.549
	FAKTOR_KEPRIBADIAN	-.275	.072	-.232	-3.843	.000	.699	1.431
	FAKTOR_PSIKOLOGIS	.441	.070	.335	6.328	.000	.905	1.105

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber : Data Olahan SPSS 26

Melihat hasil pada tabel 18, hasil perhitungan nilai *Tolerance* tidak ada variabel indipendent yang memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dengan nilai *Tolerance* masing-masing variabel independent bernilai Faktor Budaya 0,695, Faktor Sosial 0,646, Faktror Keperibadian 0,699 dan Faktor Psikologis 0,905. Sementara itu hasil perhitungan nilai *variance inflation faktor* (VIF) juga menunjukan hal serupa yaitu tidak adanya nilai VIF dari variabel independent yang memiliki nilai VIF kurang dari 10 dengan nilai VIF masing-masing variabel independent bernilai Faktor Budaya 1,439, Faktor Sosial 1,549, Faktor Keperibadian 1,431 dan Faktor Psikologis 1,105. Merujuk pada hasil perhitungan nilai *tolerance* dan nilai VIF dapat disimpilkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

F. Uji Heteroskesdastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu ke residual lain. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut :

Tabel 22 : Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.502	.838		-1.793	.074		
	FAKTOR_BUDAYA	.029	.051	.039	.559	.577	.695	1.439
	FAKTOR_SOSIAL	-.040	.050	-.057	-.792	.429	.646	1.549
	FAKTOR_KEPRIBADIAN	-.053	.040	-.092	-1.338	.182	.699	1.431
	FAKTOR_PSIKOLOGIS	.221	.039	.345	5.717	.173	.905	1.105

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber : Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan data hasil uji *glejser* diatas dapat diartikan bahwa didalam analisis regresi tidak terdapat gejala *heteroskedisitas*, menunjukkan nilai signifikan (*p-value*) Variabel Faktor Budaya sebesar 0.577, Variabel Faktor Sosial sebesar 0.429, Variabel Faktor Kepribadian Sebesar 0.182, Variabel Faktor Psikologis sebesar 0.173 hasil tersebut dengan jelas menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen abs_res, hal tersebut dikarenakan nilai signifikasinya sebesar 0.1 atau 10%.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

G. UJI AUTOKORELASI

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Runs Test*.

Tabel 23 : Hasil uji autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value[a]	.06889
Cases < Test Value	136
Cases >= Test Value	136
Total Cases	272
Number of Runs	129
Z	-.972
Asymp. Sig. (2-tailed)	.331
a. Median	

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan *Run Test* pada tabel 24 menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,331 lebih besar dari 0,1 (0,331 > 0,1) Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari masalah autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi. Dengan demikian, masalah autokorelasi dapat teratasi menggunakan uji *Run Test*.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

H. Uji Hipotesa

b. Uji Regresi Linear Berganda

Dalam melakukan analisis pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor keperibadian, dan faktor pisikologis terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Tokopedia di tembilahan digunakan analisis regresi linear berganda.

Tabel 24 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.774	1.506		5.163	.000		
	FAKTOR_BUDAYA	.428	.092	.280	4.634	.000	.695	1.439
	FAKTOR_SOSIAL	.422	.090	.293	4.676	.000	.646	1.549
	FAKTOR_KEPRIBADIAN	-.275	.072	-.232	-3.843	.000	.699	1.431
	FAKTOR_PSIKOLOGIS	.441	.070	.335	6.328	.000	.905	1.105

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber : Data Olahan SPSS 26

Hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat dirumuskan ke dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = 7.774 + 0.428\ X_1 + 0.422\ X_2 - 0.275\ X_3 + 0.441\ X_4 + \varepsilon$$

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

1) Diketahui nilai konstan sebesar 7.774 yang berarti variabel bebas Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Kepribadian, Faktor Psikologi sama dengan nol maka keputusan pembelian akan konstans sebesar 7.774.
2) Diketahui variabel faktor budaya (X_1) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0.428 yang berarti jika faktor budaya meningkat sebesar 1%. Maka variabel keputusan pembelian akan meningkat sebesar 7.774.
3) Diketahui variabel faktor sosial (X2) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0.422 yang berarti jika faktor sosial meningkat sebesar 1%. Maka variabel keputusan pembelian akan menurun sebesar 7.774.
4) Diketahui variabel faktor kpribadian (X3) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar -0.275 yang berarti jika faktor kepribadian menurun sebesar 1%. Maka variabel keputusan pembelian akan meningkat sebesar 7.774.
5) Diketahui variabel faktor pisikologi (X4) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0.441 yang berarti jika faktor psikologi meningkat sebesar 1%. Maka variabel keputusan pembelian akan meningkat sebesar 7.774.

c. Uji Parsial (Uji T)

Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel dengan variabel lainya. Dalam penelitian ini akan di uji pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

Tabel 25 : Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.774	1.506		5.163	.000		
	FAKTOR_BUDAYA	.428	.092	.280	4.634	.000	.695	1.439
	FAKTOR_SOSIAL	.422	.090	.293	4.676	.000	.646	1.549
	FAKTOR_KEPRIBADIAN	-.275	.072	-.232	-3.843	.000	.699	1.431
	FAKTOR_PSIKOLOGIS	.441	.070	.335	6.328	.000	.905	1.105
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN								

Sumber : Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel 26 di atas dapat disimpulakan hasil penelitian secara parsial adalah sebagai berikut :

1) Variabel faktor budaya (X_1) mempunyai t_{hitung} sebesar 4,634 dengan nilai sig 0,000. Dan nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,025 yaitu 2,830 maka dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} (4,634 > 2,830) dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,025 (0,000 < 0,025) maka hipotesis diterima. Dengan demikian faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2) Variabel faktor sosial (X_2) mempunyai t_{hitung} sebesar 4.676 dengan nilai sig 0,000. Dan nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,025 yaitu 2,830 maka dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} (4,676 > 2,830) dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,025 (0,000 < 0,025) maka hipotesis diterima. Dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

demikian variabel faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3) Variabel faktor kepribadian (X_3) mempunyai t $_{hitung}$ -3843 dengan nilai sig 0,000. Dan nilai t $_{tabel}$ pada taraf signifikansi (0,025) yaitu 2,830 maka dapat dilihat bahwa nilai t $_{hitung}$ lebih kecil daripada t $_{tabel}$ (-3843 < 2,830) dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,025 (0,000 < 0,025) maka hipotesis ditolak. Dengan demikian variabel faktor kepribadian tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

4) Variabel faktor psikologi (X_4) mempunyai t $_{hitung}$ 6,328 dengan nilai sig 0,000. Dan nilai t $_{tabel}$ pada taraf signifikansi 0,025 yaitu 2,830 maka dapat dilihat bahwa nilai t $_{hitung}$ lebih besar daripada t $_{tabel}$ (6,328 > 2,830) dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,025 (0,000 < 0,025) maka hipotesis diterima. Dengan demikian variabel faktor psikologi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

d. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) antara variabel bebas dalam hal ini faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), faktor kepribadian (X_3) dan faktor psikologis (X_4) terhadap keputusan konsumen. Hasil analisis uji F dapat di lihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 26 : Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	327.391	4	81.848	31.579	.000[b]
	Residual	692.017	267	2.592		
	Total	1019.408	271			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber : Data Olahan SPSS 26

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

Berdasarkan output data diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), faktor kepribadian (X_3) dan faktor psikologis (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y) secara simultan nilai sig adalah sebesar 0,000 lebih kecil 0,1 (0,000 < 0,1) dan nilai F_{hitung} 31,579 lebih besar dari F_{tabel} 1,645 (31,579 > 1,645) sehingga dapat sisimpulkan bahwa H_5 diterima yang berarti terdapat Berpengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Keperibadian, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Tokopedia Di Tembilahan.

I. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 27 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.567[a]	.321	.311	1.610

a. Predictors: (Constant), FAKTOR_PSIKOLOGI, FAKTOR_SOSIAL, FAKTOR_KEPRIBADIAN, FAKTOR_BUDAYA

Sumber : Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas menunjukan nilai R Square (R^2) sebesar 0,311 atau 31.1% . Hal ini berarti variabel kepuasaan kosumen dipengaruhi oleh empat (3) variabel bebas yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis. Dan satu variabel yang tidak mempengaruhi yaitu variabel faktor kepribadian (X_3)Dan sisanya 68.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam variabel penelitian ini.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

J. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Faktor Budaya (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan rumusan masalah diketahui apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada *E-commerce* Tokopedia di tembilahan. Diketahui H1 diduga variabel faktor budaya (X_1) memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen (Y) pada *E-commerce* Tokopedia di Tembilahan. Berdasarkan hasil analis pengujian yaitu uji parsial (uji t) dapat diketahui bahwa t_{hitung} 4,634 lebih besar dari t_{tabel} 1,284 (4,634 > 1,284) dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,1. (0,000 < 0,1) Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Faktor Budaya Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian**.**

2. Pengaruh Faktor Sosial (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan rumusan masalah diketahui apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada *E-commerce* Tokopedia di Tembilahan. Diketahui H2 diduga variabel faktor sosial (X_2) memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen (Y) pada *E-commerce* Tokopedia di Tembilahan. Berdasarkan hasil analis pengujian yaitu uji parsial (uji t) dapat diketahui bahwa t_{hitung} 4,676 lebih besar dari t_{tabel} 1,284 (4,676 > 1,284) dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,1 (0,000 < 0,1) Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Faktor Sosial Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

3. Pengaruh Faktor Kepribadian (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan rumusan masalah diketahui apakah faktor kepribadian berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada *E-commerce* Tokopedia di Tembilahan. Diketahui H_3 diduga variabel faktor kepribadian (X_3) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen (Y) pada *E-commerce* Tokopedia di Tembilahan. Berdasarkan hasil analis pengujian yaitu uji parsial (uji t) dapat diketahui bahwa t_{hitung} -3,843 lebih kecil dari t_{tabel} 1,284 (-3,843 < 1,284) dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,1 (0,000 < 0,1). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Faktor Kepribadian Tidak Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian.

4. Pengaruh Faktor Psikologis (X_4) Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan rumusan masalah diketahui apakah faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada *E-commerce* Tokopedia di tembilahan. Diketahui H4 diduga variabel faktor psikologis (X_4) memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen (Y) pada *E-commerce* Tokopedia di Tembilahan. Berdasarkan hasil analis pengujian yaitu uji parsial (uji t) dapat diketahui bahwa t_{hitung} 6,328 lebih besar dari t_{tabel} 1,284 (6,328 > 1,284) dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Faktor Psikologi Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

5. Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Kepribadian, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembalian

Berdasarkan rumusan masalah diketahui apakah pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor kepribadian, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembeli pada *E-commerce* Tokopedia di Tembilahan. Diketahui H_5 diduga variabel Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Kepribadian, Dan Faktor Psikologis Secara Bersama-Sama Memiliki Pengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Tokopedia Di Tembilahan. Berdasarkan hasil analis pengujian yaitu uji simultan (uji f) dapat diketahui bahwa t_{hitung} sebesar 31.579. Dengan pengujian 10% atau 0,1 maka diperoleh f_{tabel} sebesar 1.645 sehingga f_{hitung} 31.579 lebih besar dari nilai f_{tabel} 1.645 (31,579 > 1,645) dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,1(0,000 < 0,1) Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Kepribadian, Dan Faktor Psikologis Secara Bersama-Sama Memiliki Pengaruh Secara Simultan Terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Tokopedia Di Tembilahan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

BAB VI
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor kepribadian, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Tokopedia di Tembilahan. Berdasarkan hasil analisi yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Diketahui faktor budaya (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen dengan t_{hitung} 4.634 lebih besar dari nilai 1.284 t_{tabel}, (4,634 > 1,284) dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,1 (0,000 < 0,1) maka H_1 diterima. Dengan demikian Faktor Budaya Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.
2. Diketahui faktor sosial (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasaan pembelian dengan t_{hitung} 4.676 lebih kecil dari nilai t_{tabel} 1.284 (4,676 > 1,284) dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,1 (0,000 < 0,1). maka H_2 diterima. Dengan Demikian Faktor Sosial Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.
3. Diketahui faktor kepribadian (X_3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan t_{hitung} - 3.843 lebih kecil dari nilai t_{tabel} 1.284 (-3,843 < 1,284). dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,1 (0,000 < 0,1).. maka H_3 ditolak. Dengan demikian Faktor Kepribadian Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian
4. Diketahui faktor psikologi (X_4) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasaan pembelian dengan t_{hitung} 6.328 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1.284 (6,328 > 1,284).

dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,1 (0,000 < 0,1). maka H_4 diterima. Dengan demikian Faktor Psikologis Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.

5. Untuk pengaruh faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), faktor kepribadian (X_3) dan faktor psikologis (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y) secara simultan nilai sig adalah sebesar 0,000 lebih kecil 0,1 (0,000 < 0,1) dan nilai F_{hitung} 31.579 lebih besar dari nilai F_{tabel} 1.645 (31,579 > 1,645) sehingga dapat sisimpulkan bahwa H_5 diterima yang berarti terdapat Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Kepribadian, Dan Faktor Psikologis Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.
6. R Square bernilai rendah pada penelitian ini bisa disebabkan oleh perbedaan pemahaman responden dalam menangkap maksud item pertanyaan dalam kuesioner, karena semakin besar varians error maka semakin kecil nilai koefisien determinasi model regresi linear itu, atau semakin besar variasi data dalam penelitian maka akan berdampak pada semakin besarnya varians error.

B. SARAN

Saran Bagi Peneliti Yang Akan Datang Saran untuk peneliti selanjutnya untuk lebih memperbanyak jumlah sempel dan menambah variabel beserta indikatornya untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dari peneliti sebelumnya. Selain itu menambah referensi penelitian lain atau teori untuk dapat mendukung topik yang diteliti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri