

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Shopee merupakan marketplace yang telah menjangkau Singapura, Malaysia, Taiwan, Indonesia, Vietnam, Thailand dan Filipina. Shopee hadir sebagai marketplace pilihan yang menyediakan beragam macam kebutuhan pangan, fashion, alat elektronik, rumah tangga, alat dapur, dan mainan anak.

Diluncurkan tahun 2015, Shopee merupakan sebuah marketplace yang disesuaikan untuk tiap wilayah dan menyediakan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman, dan cepat bagi pelanggan melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat.

4.1.2 Tentang Shopee

Shopee mulai masuk ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan Shopee baru mulai beroperasi pada akhir Juni 2015 di Indonesia. Shopee Indonesia beralamat di Wisma 77 Tower 2, Jalan Letjen. S. Parman, Palmerah, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11410, Indonesia.

4.1.3 Visi dan Misi Shopee

a) Visi

Menjadikan marketplace nomer 1 di indonesia

b) Misi

Membantu serta mengembangkan jiwa kewirasusahaan pada para penjual di indonesia.

4.1.4 Logo Perusahaan

Gambar 4.1

Logo Shopee



Makna dibalik logo shopee sebaai berikut :

1. Warna oranye
Oranye didefinisikan sebagai warna yang hangat sehingga dapat mengartikan sebagai warna kebahagiaan. Penggunaan warna ini diharapkan untuk bisa menjadi daya tarik bagi khalayak guna mencapai tujuan perusahaan yaitu pembelian produk
2. Bentuk Keranjang
Bentuk keranjang dengan huruf 'S' didalam, mewakili inisial nama perusahaan yang diawali huruf 'S' yaitu Shopee. Dengan adanya logo tersebut diharapkan dapat membangun branding awareness yang kuat kepada khalayak.

4.1.5 Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale

Gambar 4.2

Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale



Shopee 4.4 ramadhan sale dalam rangka menyambut bulan ramadhan yang berlangsung 19 Maret – 4 April 2022. Festival ini menyediakan berbagai penawaran dan diskon untuk berbagai produk kebutuhan sehari-hari untuk menyambut bulan suci ramadhan.

Dalam festival ini, pengguna shopee dapat memperoleh promo menarik seperti, Supermarket Sale, Rumah & Hobi Sale, Elektronik Sale, dan masih banyak lainnya dengan tiga penawaran utama. Penawaran utama tersebut antara lain, Flash Sale Sembako RP1 yang memberi kesempatan bagi pengguna untuk mendapatkan flash sale seharga Rp1 untuk berbagai produk sembako seperti beras, tepung terigu, sirup, dan gula.

Kemudian Setiap Hari Cashback yang menyediakan voucher cashback sampai dengan Rp 300 ribu melalui Voucher Kaget di aplikasi Shopee setiap hari untuk para pengguna. Selain itu, tersedia juga voucher cashback harian dan mingguan lainnya.

Ketiga, Gratis Ongkir Xtra yang menyediakan layanan gratis ongkir Xtra setiap pembelian pengguna sepanjang kampanye berlangsung.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden. Untuk mengetahui gambaran mengenai responden terhadap penelitian “Pengaruh Iklan Shopee Di Televisi versi 4.4 Ramadhan Sale Terhadap Keputusan Pembelian”, penelitian tersebut dilakukan melalui via whatsapp kepada warga De Paris Residences Rt.04 Rw.05, yang dilaksanakan pada tanggal 9 Juni 2022. Pada penelitian ini responden diberikan 3 buah pertanyaan dasar yang telah dibagi menjadi beberapa kategori, sebagai berikut.

1. Usia

Tabel 4.1

Usia

N=70

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
20 – 25 Tahun	18	25,7%
26 – 30 Tahun	19	27,1%
31 – 35 Tahun	21	30%
36 – 40 Tahun	12	17,1%
Jumlah	70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data table usia diatas, dari seluruh responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui responden dengan usia 20 – 25 tahun terdapat 18 orang dengan presentase 25,7%, usia 26 – 30 tahun terdapat 19 orang dengan presentase 27,1%, usia 31 – 35 tahun terdapat 21 orang dengan presentase 30% dan usia 36 – 40 tahun terdapat 12 orang dengan presentase

17,1%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa responden usia 31 – 35 mendominasi dari keseluruhan responden.

2. Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Jenis Kelamin
N = 70

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki – laki	36	52%
Perempuan	34	48%
Jumlah	70	100%

Sumber : Hasil Perhitungan Bulan Juni 2022

Berdasarkan data table diatas dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui bahwa responden laki –laki sebanyak 36 orang dengan presentase 52%, sedangkan perempuan terdapat 34 orang dengan presentase 48%. Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden laki – laki lebih mendominasi dibanding perempuan.

3. Status Pekerjaan

Tabel 4.3
Status Pekerjaan
N = 70

Status Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Wiraswasta	26	37,1%
Wirausaha	15	21,4%

Ibu Rumah Tangga	16	22,8%
Mahasiswa	8	11,4%
Guru	5	7,1%
Jumlah	70	100%

Sumber : Hasil Perhitungan Bulan Juni 2022

Berdasarkan data table diatas dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui bahwa responden berstatus wiraswasta terdapat 26 orang dengan presentase 37,1%, responden berstatus wirausaha terdapat 15 orang dengan presentase 21,4%, responden berstatus ibu rumah tangga terdapat 16 orang dengan presentase 22,8%, responden berstatus mahasiswa terdapat 8 orang dengan presentase 11,4%, dan responden berstatus guru terdapat 5 orang dengan presentase 7,1%. Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden berstatus wiraswasta mendominasi dari kategori responden lainnya.

4.2.2 Pernyataan Variabel X (Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale)

Pada variabel (X) ini menggunakan 5 dimensi, yaitu : *Attention, Interest, Desire, Conviction* dan *Action* yang disusun sebanyak 12 item pernyataan dengan hasil penelitian sebagai berikut :

1. *Attention*

Tabel 4.4

Pesan iklan Shopee 4.4 ramadhan sale di televisi terlihat menarik

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
-----	------------	-----------	----------------

1	Sangat Setuju	41	58,5%
2	Setuju	26	37,1%
3	Tidak Setuju	2	2,8%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,4%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 41 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 58,5%, 26 orang menjawab setuju dengan presentase 37,1%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2,8% dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,4%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa pesan iklan Shopee 4.4 ramadhan sale di televise terlihat menarik.

Tabel 4.5

Konsep iklan Shopee 4.4 ramadhan sale di televise terlihat menarik

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	21	30%
2	Setuju	45	64,2%
3	Tidak Setuju	3	4,2%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,4%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat

diketahui bahwa sebanyak 21 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 30%, 45 orang menjawab setuju dengan presentase 64,2%, 3 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 4,2% dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,4%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan setuju bahwa konsep iklan Shopee 4.4 ramadhan sale di televise terlihat menarik.

2. Interest

Tabel 4.6

Iklan yang ditayangkan shopee 4.4 ramadhan sale melalui media televisi membuat saya tertarik daripada diiklankan di media sosial

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	31	44,2%
2	Setuju	27	38,5%
3	Tidak Setuju	11	15,7%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,4%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 44,2%, 27 orang menjawab setuju dengan presentase 38,5%, 11 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 15,7% dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,4%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat

disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa iklan yang ditayangkan Shopee 4.4 ramadhan sale melalui media televisive membuat saya tertarik daripada diiklankan di media sosial.

Tabel 4.7

Iklan yang ditayangkan Shopee 4.4 ramadhan sale melalui media televisi dirasa sudah sesuai dengan frekuensi penayangan iklan

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	35	50%
2	Setuju	29	41,4%
3	Tidak Setuju	5	7,1%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,4%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 35 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 50%, 29 orang menjawab setuju dengan presentase 41.4%, 5 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 7,1% dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,4%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa iklan yang ditayangkan Shopee 4.4 ramadhan sale melalui media televisi dirasa sudah sesuai dengan frekuensi penayangan iklan.

Tabel 4.8

Iklan Shopee 4.4 ramadhan sale di televisi bertujuan

untuk membuat khalayak membeli produk

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	29	41,4%
2	Setuju	39	55,7%
3	Tidak Setuju	1	1,4%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,4%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 41,1%, 39 orang menjawab setuju dengan presentase 55,7%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1,4% dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,4%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan setuju bahwa iklan Shopee 4.4 ramadhan sale di televisi bertujuan untuk membuat khalayak membeli produk.

3. Desire

Tabel 4.9

Caption pada produk shopee 4.4 ramadhan sale yang diiklankan di televisi memberikan keterangan mengenai keunggulan produk

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
------------	-------------------	------------------	-------------------

			(%)
1	Sangat Setuju	34	48,5%
2	Setuju	26	37,1%
3	Tidak Setuju	9	12,8%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,4%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 34 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 48,5%, 26 orang menjawab setuju dengan presentase 37,1%, 9 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 12,8% dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,4%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa iklan caption produk Shopee 4.4 ramadhan sale yang diiklankan di televisi memberikan keterangan keunggulan produk.

Tabel 4.10

Caption pada produk Shopee 4.4 ramadhan sale yang diiklankan di televisi memberikan alasan mengapa harus membeli produk

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	30	42,8%
2	Setuju	31	44,2%
3	Tidak Setuju	7	10%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,8%

Jumlah	70	100%
---------------	-----------	-------------

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 42,8%, 31 orang menjawab setuju dengan presentase 44,2%, 7 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 10% dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2,8%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan setuju bahwa caption pada produk Shopee 4.4 ramadhan sale yang diiklankan di televisi memberikan alasan mengapa harus membeli produk.

Tabel 4.11

Iklan produk Shopee 4.4 ramadhan sale di televisi membangkitkan keinginan untuk membeli produk

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	33	47,1%
2	Setuju	27	38,5%
3	Tidak Setuju	9	12,8%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,4%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 33 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 47,1%, 27 orang menjawab setuju dengan presentase 38,5%, 9 orang menjawab tidak setuju

dengan presentase 12,8% dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,4%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa iklan produk Shopee 4.4 ramadhan sale di televisi membangkitkan keinginan untuk membeli produk.

4. Conviction

Tabel 4.12

Iklan Shopee 4.4 ramadhan sale di televisi mengingatkan saya akan kebutuhan produk

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	40	57,1%
2	Setuju	26	37,1%
3	Tidak Setuju	2	2,8%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,8%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 40 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 57,1%, 26 orang menjawab setuju dengan presentase 37,1%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2,8% dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2,8%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa iklan Shopee 4.4 ramadhan sale di televisi mengingatkan saya akan kebutuhan produk.

Tabel 4.13

**Semua produk yang di tawarkan Shopee 4.4 ramadhan
sale di televisi bermanfaat**

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	32	45,7%
2	Setuju	31	44,2%
3	Tidak Setuju	6	8,5%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,4%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 45,7%, 31 orang menjawab setuju dengan presentase 44,2%, 6 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 8,5% dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,8%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa semua produk yang ditawarkan Shopee 4.4 ramadhan sale di televisi bermanfaat.

5. Action

Tabel 4.14

**Iklan shopee 4.4 ramadhan sale di televisi mampu
meyakinkan saya untuk melakukan pembelian terhadap
produk**

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	30	42,8%
2	Setuju	31	44,2%
3	Tidak Setuju	7	10%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,8%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 42,8%, 31 orang menjawab setuju dengan presentase 44,2%, 7 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 10% dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2,8%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan setuju bahwa iklan Shopee 4.4 ramadhan sale di televisi mampu meyakinkan saya untuk melakukan pembelian terhadap produk.

Tabel 4.15

Iklan shopee 4.4 ramadhan sale di televisi membuat anda sesegera mungkin untuk melakukan pembelian terhadap produk

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	30	42,8%
2	Setuju	28	40%
3	Tidak Setuju	10	14,2

4	Sangat Tidak Setuju	2	2,8%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 42,8%, 28 orang menjawab setuju dengan presentase 40%, 10 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 14,2% dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2,8%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa iklan Shopee 4.4 ramadhan sale di televisi membuat anda sesegera mungkin untuk melakukan pembelian terhadap produk.

4.2.3 Pernyataan Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pada variabel (Y) ini menggunakan 5 dimensi, yaitu : *Need Recognition, Information Search, Evaluation of Alternatives, Purchase Decision* dan *Postpurchase Behaviour* yang disusun sebanyak 12 item pernyataan dengan hasil penelitian sebagai berikut :

1. *Need Recognition*

Tabel 4.16

Saya membeli produk di shopee karena adanya kebutuhan konsumtif

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	48	68,5%
2	Setuju	17	24,2%
3	Tidak Setuju	1	1,4%

4	Sangat Tidak Setuju	4	5,7%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 48 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 68,5%, 17 orang menjawab setuju dengan presentase 24,2%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1,4% dan 4 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 5,7%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa saya membeli produk Shopee karena adanya kebutuhan konsumtif.

Tabel 4.17

**Saya membeli produk di Shopee sesuai keadaan mendesak
N = 70**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	32	45,7%
2	Setuju	31	44,2%
3	Tidak Setuju	5	7,1%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,8%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 45,7%, 31 orang menjawab setuju dengan presentase 44,2%, 5 orang menjawab tidak setuju

dengan presentase 7,1% dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2,8%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa saya membeli produk Shopee sesuai keadaan mendesak.

2. *Information Search*

Tabel 4.18

Saya membeli produk Shopee melalui informasi iklan televisi
N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	29	41,4%
2	Setuju	29	41,4%
3	Tidak Setuju	8	11,4%
4	Sangat Tidak Setuju	4	5,7%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 41,4%, 29 orang menjawab setuju dengan presentase 41,4%, 8 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 11,4% dan 4 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 5,7%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa saya membeli produk Shopee melalui informasi iklan televisi.

Tabel 4.19

Saya membeli produk Shopee melalui rekomendasi

keluarga atau teman

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	29	41,4%
2	Setuju	29	41,4%
3	Tidak Setuju	9	12,8%
4	Sangat Tidak Setuju	3	4,2%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 41,4%, 29 orang menjawab setuju dengan presentase 41,4%, 9 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 12,8% dan 3 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 4,2%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa saya membeli produk Shopee melalui rekomendasi keluarga atau teman.

3. Evaluation of Alternatives

Tabel 4.20

Saya membeli produk di Shopee akan suatu manfaat

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
------------	-------------------	------------------	-----------------------

1	Sangat Setuju	35	50%
2	Setuju	30	42,8%
3	Tidak Setuju	3	4,2%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,8%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 35 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 50%, 30 orang menjawab setuju dengan presentase 42,8%, 3 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 4,2% dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2,8%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa saya membeli produk Shopee karena bermanfaat.

Tabel 4.21

Saya membeli produk di Shopee karena berkualitas

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	32	45,7%
2	Setuju	32	45,7%
3	Tidak Setuju	5	7,1%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,4%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 45,7%, 32 orang menjawab setuju

dengan presentase 45,7%, 5 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 7,1% dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,4%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa saya membeli produk di Shopee karena berkualitas.

Tabel 4.22

Saya membeli produk di Shopee sebagai alternatif utama

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	41	58,5%
2	Setuju	21	30%
3	Tidak Setuju	7	10%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,4%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 41 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 58,5%, 21 orang menjawab setuju dengan presentase 30%, 7 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 10% dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,4%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa saya membeli produk di Shopee sebagai alternatif utama.

4. Purchase Decision

Tabel 4.23

Saya percaya akan pembelian produk di Shopee

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	31	44,2%
2	Setuju	32	45,7%
3	Tidak Setuju	6	8,5%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,4%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 44,2%, 32 orang menjawab setuju dengan presentase 45,7%, 6 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 8,5% dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,4%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan setuju bahwa saya percaya akan pembelian produk di Shopee.

Tabel 4.24

Saya percaya dengan produk yang ditawarkan Shopee

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	50	71,4%

2	Setuju	17	24,2%
3	Tidak Setuju	3	4,2%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 50 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 71,4%, 17 orang menjawab setuju dengan presentase 24,2% dan 3 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 4,2% .

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa saya percaya dengan produk yang ditawarkan Shopee.

5. *Postpurchase Decision*

Tabel 4.25

**Saya puas terhadap manfaat produk yang ditawarkan
shopee
N = 70**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	38	54,2%
2	Setuju	28	40%
3	Tidak Setuju	2	2,8%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,8%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 38 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 54,2%, 28 orang menjawab setuju

dengan presentase 40%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2,8% dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2,8%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa saya puas terhadap manfaat produk yang ditawarkan Shopee.

Tabel 4.26

**Saya puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan
Shopee
N = 70**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	34	48,5%
2	Setuju	31	44,2%
3	Tidak Setuju	2	2,8%
4	Sangat Tidak Setuju	3	4,2%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 34 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 48,5%, 31 orang menjawab setuju dengan presentase 44,2%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2,8% dan 3 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 4,2%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa saya puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan Shopee.

Tabel 4.27

Saya puas terhadap pelayanan yang ditawarkan Shopee

N = 70

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	46	65,7%
2	Setuju	21	30%
3	Tidak Setuju	2	2,8%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,4%
Jumlah		70	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan table diatas, dari keseluruhan responden sebanyak 70 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui bahwa sebanyak 46 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 65,7%, 21 orang menjawab setuju dengan presentase 30%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2,8% dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,4%.

Dari data yang diperoleh pada penelitian ini dapat disimpulkan, responden menyatakan sangat setuju bahwa saya puas terhadap pelayanan yang ditawarkan Shopee.

4.3 Rekapitulasi Variabel X dan Y

Berikut adalah rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau item pendukung variabel X yakni Pengaruh Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale berdasarkan table sebagai berikut.

Tabel 4.28

Rekapitulasi Variabel X

No.	Pernyataan	Mean
1.	X1	3,53
2.	X2	3,23
3.	X3	3,26
4.	X4	3,40

5.	X5	3,37
6.	X6	3,33
7.	X7	3,27
8.	X8	3,31
9.	X9	3,49
10.	X10	3,34
11.	X11	3,27
12.	X12	3,23
Jumlah		40,0
Rata-rata		3,33

Dari hasil rekapitulasi secara keseluruhan responden pada table di atas, responden menilai bahwa variabel X yakni Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale tergolong tinggi (setuju), hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban pada responden variabel X sebesar 3,33.

Berikut adalah rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau item pendukung variabel Y yakni Keputusan Pembelian berdasarkan table sebagai berikut.

Tabel 4.29
Rekapitulasi Variabel Y

No.	Pernyataan	Mean
1.	Y1	3,56
2.	Y2	3,33
3.	Y3	3,19
4.	Y4	3,20

5.	Y5	3,40
6.	Y6	3,36
7.	Y7	3,46
8.	Y8	3,33
9.	Y9	3,67
10.	Y10	3,46
11.	Y11	3,37
12.	Y12	3,60
Jumlah		40,9
Rata-rata		3,41

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Dari hasil rekapitulasi secara keseluruhan responden pada table di atas, responden menilai bahwa variabel Y yakni Keputusan Pembelian tergolong tinggi (setuju), hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban pada responden variabel Y sebesar 3,41.

4.4 Uji Regresi Liner Sederhana

Analisi uji regresi antara lain untuk mendapatkan gambaran pengaruh antara variabel independent (X) yaitu Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale terhadap variabel (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Berikut adalah data hasil dari pengolahan SPSS (*Statistic Package for Social Science*) :

Tabel 4.30

Model Summary

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.814 ^a	.663	.658	2.96333

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil SPSS

Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana yang didasari pada hubungan fungsional satu variabel independent (X) dengan satu variabel dependent (Y). R dikatakan sebagai koefisien korelasi antara variabel Pengaruh Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale Terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai R sebesar 0,814 yaitu diantara 0,800 – 1,000 artinya hubungan atau korelasi antara variabel Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale berpengaruh sangat tinggi atau kuat sekali. Hal tersebut dapat dilihat dari :

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali
2. 0,200 – 0,399 artinya rendah atau lemah tapi pasti
3. 0,400 – 0,599 artinya cukup atau sedang
4. 0,600 – 0,799 artinya tinggi atau kuat
5. 0,800 – 1,000 artinya sangat tinggi atau kuat sekali

Sedangkan nilai R square dikatakan sebagai koefisien determinasi, pada table tersebut terdapat nilai R square menunjukkan angka 0,663. Dari angka tersebut dapat diartikan bahwa Keputusan Pembelian yang disebabkan oleh Pengaruh Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale sebesar 66.3%. sementara sisanya 33.7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian. Nilai R square menunjukkan 0,663 atau 66.3% artinya Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Selanjutnya, yaitu analisis uji regresi linier sederhana yaitu analisis yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran penuh antara variabel X yaitu Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale terhadap variabel Y yaitu Keputusan Pembelian.

Berikut ini adalah tabel ANOVA yang akan menunjukkan pengaruh antara variabel X dan variabel Y, sebagai berikut :

Tabel 4.31

Tabel ANOVA

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1172.357	1	1172.357	133.506	.000 ^b
	Residual	597.129	68	8.781		
	Total	1769.486	69			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Sumber : Hasil SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 133,506 dengan nilai signifikansi 0,00 karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu $0,00 < 0,10$ maka dapat diartikan bahwa variabel Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus $< 0,10$. karena angka probabilitas (sig) $0,00 < 0,10$ maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale terhadap Keputusan Pembelian.

Untuk bisa mengetahui persamaan regresi yang bersifat signifikan dan garis regresi berbentuk linear, maka digunakan rumus regresi linear $Y = a + bX$, yaitu sebagaimana dapat dilihat pada analisis berikut:

Tabel 4.32

Coefficients

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.273	2.590		4.353	.000		
	X	.741	.064	.814	11.554	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat dibuat persamaan regresi, sebagai berikut :

Rumus Regresi Linear $Y = a + bX$

$$Y = 11,273 + 0,741X$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

X = Iklan Shopee Versi 4.4 Ramadhan Sale

a = nilai konstan dari *Unstandardized Coefficients*. Dalam penelitian ini nilai nya sebesar 11,273

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,741

Persamaan tersebut menunjukkan, apabila nilai $X = 0$ maka $Y = 11,273$ dan jika $X = 1$ maka $Y = 12,014$. Artinya setiap peningkatan Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale sebesar 1, akan meningkatkan Keputusan Pembelian 12,014.

4.5 Uji Hipotesis

Untuk dapat mengetahui pengaruh atau signifikansi hasil yang didapat pada penelitian terkait Iklan Shopee 4.4 Ramadhan

Sale (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{\sqrt{(n - 2)}}{\sqrt{(1 - r^2)}}$$

Keterangan :

r = Koefisiensi korelasi antara X dan Y

n = Jumlah sampel

maka dengan demikian :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H0 ditolak dan H1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H0 diterima dan H1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

$$n = 70$$
$$r = 0,814$$

$$t = \frac{\sqrt{(n - 2)}}{\sqrt{(1 - r^2)}}$$

$$t = \frac{0,814\sqrt{(70 - 2)}}{\sqrt{(1 - 0,814^2)}}$$

$$t = \frac{0,814\sqrt{(68)}}{\sqrt{(1 - 0,66)}}$$

$$t = \frac{0,814 \times 8,2}{\sqrt{(1 - 0,66)}}$$

$$t = \frac{0,814 \times 8,2}{\sqrt{0,34}}$$

$$t = \frac{6,674}{0,583}$$

$$t = 11,448$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai t_{hitung} yaitu sebesar 11,448 sedangkan nilai t_{tabel} dengan taraf kepercayaan 90% atau signifikansi 10% dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau n . Dalam penelitian ini jumlah responden $n = 70$, maka derajat bebas (df) $n - k = 70 - 2 = 68$. Dengan derajat kebebasan sebesar 68 dan signifikansi 10% adalah 1,66757 dibulatkan menjadi 1,668. Karena nilai t_{hitung} (11,448) $>$ t_{tabel} (1,668), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale Terhadap Keputusan Pembelian.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Pada pembahasan hasil penelitian ini, terdapat dua variabel yaitu Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale sebagai variabel (X) menggunakan teori AIDCA, terdapat 5 (lima) dimensi sebagai berikut : *Attention* yaitu Pesan atau iklan haruslah menarik perhatian khalayak sarannya, untuk itu pesan atau iklan memerlukan bantuan lain seperti ukuran, penggunaan warna, tata letak, jenis huruf yang ditampilkan, serta berbagai suara khusus untuk iklan radio dan televisi, *Interest* yaitu iklan harus membuat konsumen memiliki minat dan keingintahuan lebih terhadap pesan atau iklan, sehingga mereka harus dirangsang agar mau membaca dan mengikuti pesan yang disampaikan, *Desire* yaitu iklan yang disampaikan harus mampu menggerakkan keinginan konsumen untuk memiliki atau menikmati merek atau produk tertentu, *Conviction* yaitu pada tahap ini konsumen sudah mulai goyah dan emosinya mulai tersentuh terhadap iklan untuk bisa merasakan produk dan *Action* yaitu tahap ini sudah mencapai atau mampu membujuk calon pembeli agar segera melakukan tindakan pembelian.

Sementara Keputusan Pembelian sebagai variabel (Y) terdapat 5 (lima) dimensi sebagai berikut : *Need Recognition* yaitu Dimana pengenalan kebutuhan jadi proses pertama dalam pembelian, konsumen mengenali suatu masalah dan kebutuhan yang didorong oleh rangsangan

internal yang tinggi, *Information Search* Tahapan ini merupakan dimana konsumen yang tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut pada produk, dan kemungkinan akan membelinya langsung. *Evaluation of Alternatives* Tahap ini adalah tahap dimana konsumen mengolah informasi untuk memilih di antara merek-merek lainnya. *Purchase Decision* Tahap ini menjelaskan bahwa terdapat konsumen yang langsung melakukan pembelian terhadap merek yang diminatinya, namun juga terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian lainnya, yaitu sikap orang lain, dimana keputusan pembelian diserahkan kepada orang lain. *Postpurchase Behaviour* Tahap ini merupakan tahap akhir dimana konsumen menilai produk dari kepuasan mereka.

Penelitian ini dilaksanakan kepada 70 orang responden yang merupakan warga De Paris Residences Rt.04 Rw.05, dan dapat diketahui bahwa seluruh responden sebanyak 70 orang dengan presentase 25,7% dalam penelitian ini berusia 20 – 25 tahun, 27,1% berusia 26 – 30 tahun, 30% berusia 31 – 35 tahun dan 17,1% berusia 36 – 40 tahun (tabel 4.1). Spesifikasi identitas lainnya dapat dilihat dari jenis kelamin, dimana mayoritas laki – laki mendominasi dengan angka presentase 52% sedangkan perempuan dengan angka presentase 48% (tabel 4.2). Identitas lainnya adalah status pekerjaan, dimana 70 orang sebagai responden dengan status pekerjaan mayoritas adalah wiraswasta dengan angka presentase 37,1%, sedangkan wirausaha 21,4%, ibu rumah tangga 22,8%, mahasiswa 11,4% dan guru 7,1% (tabel 4.3).

4.6.1 Pengaruh Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale pada Warga De Paris Residences

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil penelitian yang telah dibuktikan bahwasanya pengaruh Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale berlandaskan 5 (lima) dimensi dapat dilihat pernyataan variabel X pada kuesioner penelitian. Hasil dari

penelitian variabel X bahwa dimensi Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale antara lain, *Attention, Interest, Desire, Conviction* dan *Action* tergolong tinggi (setuju). Hal ini didapatkan dengan nilai rata – rata jawaban responden pada variabel Pengaruh Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale (X) sebesar 3,33 (tabel 4.28).

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (X) pernyataan kuesioner yang memiliki data tertinggi adalah X1 dengan pernyataan “Pesan iklan Shopee 4.4 ramadhan sale di televisi terlihat menarik” yaitu sebesar 3,53 (tabel 4.28) karena pesan iklan shopee 4.4 ramadhan sale memiliki pesan informasi yang menarik mengenai produk, menandakan bahwa iklan tersebut dapat berdampak minat atau ketertarikan suatu produk yang berujung pada pembelian.

4.6.2 Keputusan Pembelian pada Warga De Paris Residences

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil penelitian yang telah dibuktikan bahwasanya Keputusan Pembelian berlandaskan 5 (lima) dimensi dapat dilihat pernyataan variabel Y pada kuesioner penelitian. Hasil penelitian variabel Y bahwa dimensi Keputusan Pembelian antara lain, *Need Recognition, Information Search, Evaluation of Alternatives, Purchase Decision* dan *Postpurchase Decision* tergolong tinggi (setuju). Hal ini didapatkan dengan nilai rata – rata jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 3,41 (tabel 4.29).

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (Y) pernyataan kuesioner yang memiliki data tertinggi adalah Y9 dengan pernyataan “Saya percaya dengan produk yang ditawarkan Shopee” yaitu sebesar 3,67 (tabel 4.29) karena Shopee sebagai marketplace nomer 1 dan menjadikan marketplace terbesar di indonesia, ini menandakan bahwa loyalitas konsumen terhadap shopee sangat tinggi, maka dari itu kepercayaan produk bisa berdampak akan suatu pembelian.

4.6.3 Pengaruh Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale terhadap Keputusan Pembelian pada warga De Paris Residences

Pernyataan pada variabel (X) Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale dan variabel (Y) Keputusan Pembelian, dimana penelitian ini memenuhi standar validitas atau memenuhi syarat valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sedangkan uji reliabilitas pada variabel (X) Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale dan variabel (Y) Keputusan Pembelian menunjukkan nilai alpha hitung yang positif serta pada tingkat reliabilitas 0,60 – 0,80 (tabel 3.4 dan tabel 3.5), maka kuesioner variabel X reliabel dan kuesioner variabel Y reliabel.

Guna membuktikan adanya pengaruh Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale terhadap Keputusan Pembelian maka dilakukan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linier sederhana yaitu uji t. Uji t bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi, dengan kriteria pengujian sebagai syarat hipotesis diterima adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$. Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini didapatkan nilai t_{hitung} 11,448 yang lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,668. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale terhadap Keputusan Pembelian konsumen.

Berdasarkan perhitungan, besarnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,814 yaitu diantara 0,800 – 1,000 yang berarti hubungan atau korelasi antara variabel Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale sangat tinggi atau kuat sekali.

R square yaitu 0,663 yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, dalam penelitian ini Keputusan Pembelian dipengaruhi sebesar 66.3% sementara sisanya yaitu 33.7%

dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa Warga De Paris merasa Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian.

