

***FACTORS AFFECTING THE INTENSITY OF ONLINE SHOPPING
STUDENTS EARLY STIKES BROS PEKANBARU DURING
PANDEMIC COVID-19***

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSITAS
BELANJA ONLINE MAHASISWA STIKES AWAL BROS
PEKANBARU SELAMA PANDEMI COVID-19**

Bobi Handoko ¹⁾, Andra Fristasya ²⁾, Nurhayati ³⁾, Ulfa Maulidi Arkan ⁴⁾

¹²³⁴⁾ Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Awal Bros Pekanbaru

e-mail : bobihandoko.bh@gmail.com

ABSTRACT

The rise of consumption through online shops by students is one of the background problems in this study. Generally, students do online shopping not based on mere need, but for the sake of fun and lifestyle, causing someone to be extravagant or what is better known as consumptive behavior or behavior. consumerism. The problem raised in this study is how the factors affect the online shopping intensity of STIKes Awal Bros Pekanbaru students during Covid-19. In this research, the writer uses quantitative research. The research subjects are STIKes Awal Bros Pekanbaru students. The data used in this research is primary data, where the data is taken directly from the respondents. The data has been collected by using the questionnaire method. The results and discussion of this study is that the level of knowledge about the Covid-19 pandemic among STIKes Awal Bros Pekanbaru students does not have a significant influence on the online shopping intensity factors of STIKes Awal Bros Pekanbaru students, the level of influence of consumptive behavior on online shopping for STIKes Awal Bros Pekanbaru students During the Covid-19 Pandemic Based on the calculation results partially had a positive and significant influence on the role of STIKes Awal Bros Pekanbaru students in complying with government policies, and the level of knowledge about the Covid-19 Pandemic in STIKes Awal Bros Pekanbaru students did not have a significant influence on factors the intensity of online shopping for the early stikes of bros Pekanbaru students.

Keywords : *Intensity, online shopping, covid-19 pandemic*

ABSTRAK

Maraknya konsumsi melalui online shop oleh mahasiswa menjadi salah satu latar belakang masalah dalam penelitian ini. Umumnya mahasiswa melakukan belanja online bukan didasarkan pada kebutuhan semata, melainkan demi kesenangan dan gaya hidup sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau perilaku konsumerisme. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi Intensitas Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru selama Covid-19. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Subjek Penelitiannya adalah Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, dimana data diambil langsung dari responden, Data yang telah dikumpulkan dengan metode kuesioner. Hasil dan pembahasan dari penelitian ini adalah Tingkat Pengetahuan tentang Pandemi Covid-19 pada mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap factor-faktor intensitas belanja online mahasiswa stikes awal bros pekanbaru, Tingkat Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Peran mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru dalam

mematuhi kebijakan pemerintah, dan Tingkat Pengetahuan tentang Pandemi Covid-19 pada mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap factor-faktor intensitas belanja online mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru.

Kata Kunci : Intesitas, belanja online, pandemi covid-19

PENDAHULUAN

Wabah penyakit ini begitu sangat mengguncang masyarakat dunia, hingga hampir 200 Negara di Dunia terjangkit oleh virus ini termasuk Indonesia. Berbagai upaya pencegahan penyebaran virus Covid-19 pun dilakukan oleh pemerintah di negara-negara di dunia guna memutus rantai penyebaran virus Covid-19 ini, yang disebut dengan istilah lockdown dan social distancing (Supriatna, 2020).

World Health Organization (WHO) mengumumkan kasus pneumonia yang terjadi di Wuhan Tiongkok pada tanggal 31 Desember 2019. Kasus pneumonia terjadi disebabkan oleh virus corona terbaru yang bernama COVID19 berarti coronavirus disease 2019 (Hartati & Susanto, 2020).

Pada bulan Maret 2020, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) tersebut menyebut virus Corona sebagai penyakit pandemi yang berarti virus yang mematikan ini menyebar di luar upaya pencegahan di sebagian besar negara di dunia. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pandemi adalah sebuah epidemi yang telah menyebar ke beberapa negara atau bahkan benua, dan umumnya menjangkit banyak orang. Dalam kasus saat ini, COVID-19 menjadi pandemi pertama yang disebabkan oleh virus corona. Coronavirus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai flu biasa hingga penyakit yang serius seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Berat/ Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Coronavirus

jenis baru yang ditemukan pada manusia sejak kejadian luar biasa muncul di Wuhan Cina, pada Desember 2019, kemudian diberi nama Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-COV2), dan menyebabkan penyakit Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) (Kemenkes RI, 2020).

Belanja Online (Online Shopping) adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain lain dari seorang penjual secara interaktif dan real-time tanpa suatu media perantara melalui Internet itu. Belanja online adalah salah satu bentuk perdagangan elektronik yang digunakan untuk kegiatan transaksi penjual ke penjual ataupun penjual ke konsumen (Cipta Halim. 2010).

Online shopping atau belanja online via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet. Atau layanan jual-beli secara online tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung. (Sari, 2015)

Perkembangan bisnis secara online di Indonesia saat ini terjadi sangat pesat, salah satunya dengan melakukan belanja secara online. Belanja online merupakan salah satu cara berbelanja melalui alat komunikasi elektronik atau jejaring sosial yang digunakan dalam transaksi jual beli, di mana pembeli tidak perlu susah payah datang ke toko untuk melihat dan membeli apa yang mereka cari, hanya tinggal melihat barang yang diinginkan melalui internet kemudian memesan barang sesuai pilihan dan mentransfer uangnya dan kemudian barang tersebut akan dikirim oleh toko online tersebut kerumah, maka dari itu masalah yang terjadi pada saat ini adalah

kecanduan mahasiswa dalam berbelanja online dimasa pandemic ini, terutama pada mahasiswa di Stikes awal bros pekanbaru. Maka dari itu kami peneliti membuat judul penelitian dengan judul “Faktor-faktor Intensitas Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru”

1. Intensitas

Intensitas adalah kemampuan atau kekuatan, gigih tidaknya, kehebatan. Dalam kamus Psychology adalah kuatnya tingkah laku atau pengalaman, atau sikap yang dipertahankan. Sedangkan dalam kamus besar Bahasa Indonesia Intensitas adalah keadaan tingkat atau ukuran intens. Intens disini merupakan suatu yang hebat dan sangat tinggi, bergelora atau penuh semangat sangat emosional. Tingkat disini menggambarkan seberapa sering komunikasi pertemanan dunia nyata dengan pertemanan dunia maya.

Tingkatan disini menggambarkan seberapa sering mahasiswa Stikes Awal Bros Pekanbaru dalam berbelanja online selama masa pandemic covid-19.

2. Pandemi

Pengertian pandemi adalah wabah yang berjangkit serempak di manamana, meliputi daerah geografi yang luas.

Pada awal maret 2020, pandemi covid-19 ini mulai menyerang indonesia. Secara tidak langsung dengan adanya pendemi ini perekonomian Indonesia menjadi tidak stabil. Dampak atas adanya pandemi covid-19 ini sangat berpengaruh dikarenakan masyarakat tidak diperbolehkan keluar rumah dan harus mematuhi protocol Kesehatan, maka dari itu banyaknya perekonomian yang sangat turun drastic salah satunya yaitu pedagang. Maka dengan perkembangan kecanggihan teknologi pada masa sekarang konsumen yang ingin

berbelanja saat ini bisa menggunakan aplikasi yang sering kita sebut belanja online.

3. Belanja Online

Istilah Online memiliki pengertian sebagai jaringan yang terhubung di internet, sedangkan Belanjamerupakan suatu kegiatan yang mengeluarkan uang untuk suatu keperluan. Istilah tempat berbelanja melalui internet disebut juga sebagai Online Shop. Belanja Online memiliki definisi sebuah tempat untuk menggelar, memamerkan, menampilkan barang dagangan yang terhubung dengan jaringan internet.

Penelitian ini yang dimaksud dengan bekanja online adalah berbelanja untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa dengan menggunakan jaringan internet. Mahasiswa sebagai konsumen yang menggunakan jasa belanja online untuk memenuhi kebutuhan baik itu untuk kebutuhan kuliah ataupun kebutuhan pribadi.

4. Kualitas Produk

Konsumen akan bertahan saat mereka puas sewaktu melakukan pembelian dan juga puas menggunakan produknya. Maka sangat penting bagi penjual untuk meyakinkan pelanggan bahwa merek dan produk yang ditawarkan memiliki nilai dan kualitas yang baik. Sehingga konsumen percaya produk yang dibeli dapat memenuhi kepuasan dan kebutuhannya.

5. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut Sumartono merupakan tindakan seseorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seseorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan. Ancok menjelaskan bahwa perilaku konsumtif seseorang ialah perilaku yang tidak lagi membeli barang yang benar-

benar dibutuhkan, tetapi membeli barang hanya semata-mata untuk membeli dan mencoba produk, walau sebenarnya tidak memerlukan produk tersebut.

Karena situasi masa pandemi Covid-19, menyebabkan kegiatan pembelian berubah secara daring/online. Konsumen menghindari kontak fisik guna menghindari penularan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa jenis produk yang sebagian besar banyak dibeli secara online maupun mendatangi swalayan terdekat selama pandemi adalah produk kesehatan, produk perawatan, obat-obatan, dan sembako.

6. Perubahan Sosial

Perubahan sosial pada penelitian ini yang dimaksud adalah menunjukkan perubahan sistem sosial yang berhubungan dengan perubahan dalam segi teknologi. Perkembangan teknologi yang memberikan berbagai kemudahan khususnya adanya internet dan fasilitas internet yang memberikan fasilitas inovasi berbelanja yaitu belanja online.

Perubahan cara belanja mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru yang secara tidak langsung memberikan perubahan bagi mahasiswa dari segi konsumsi barang yang dibeli, proses transaksi pembelian, pemanfaatan barang dan berbagai kemudahan yang ditawarkan apada belanja online serta permasalahan yang ada pada penggunaan pada belanja online.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk menentukan hubungan antar variabel dalam sebuah populasi. Dan desain penelitian kuantitatif ini penulis menggunakan desain studi eksperimental, yaitu melakukan pengukuran

antar variabel pada sebelum dan sesudahnya untuk melihat hubungan sebab-akibat dari fenomena yang diteliti.

Lokasi penelitian ini adalah membagikan kuesioner online berupa googleform kepada mahasiswa di STIKes Awal Bros Pekanbaru. Pelaksanaan waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni 2021.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di STIKes Awal Bros Pekanbaru yang berjumlah 192 Orang. Karena banyaknya jumlah populasi, maka dari itu peneliti ingin mengambil subjek penelitian dengan menggunakan teknik pengambilan sampel. Dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling random (random sampling) sampel yang akan diambil adalah 66 mahasiswa.

Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode kuisisioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui. Penelitian ini dilakukan pada populasi besar ataupun kecil. Respondennya merupakan Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru. Pada penelitian ini, skala yang digunakan dalam pengumpulan data adalah skala. Peneliti menggunakan 5 kategori jawaban dan masing masing jawaban tersebut memiliki nilai tertentu, yaitu : Sangat setuju = 5; Setuju = 4; Netral = 3; Tidak setuju = 2; Sangat tidak setuju = 1.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, dimana data diambil langsung dari responden. Skala Pengukuran data pada penelitian ini adalah skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono 2013:132).

Metode angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh

informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui (Arikunto, 2010: 151).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan dan pernyataan tentang berhubungan dengan aktivitas belanja online dan peningkatan keinginan belanja online mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru. Adapun kuisisioner penelitian yang dicantumkan pada penelitian ini bukan merupakan adopsi dari penelitian terdahulu. Kuisisioner dibuat berdasarkan indikator-indikator setiap variable penelitian. Kuisisioner dibuat dalam bentuk online menggunakan google form dan dibagikan secara online kepada mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada artikel ini disampaikan hasil penelitian dan pembahasan menggunakan uji asumsi klasik.

Tabel 1 | Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.27189073
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.054
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Tabel 1 diatas Menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. variabel Tingkat Pengaruh Kualitas Produk, Perilaku Konsumtif dan Perubahan Sosial Terhadap Intensitas Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 sebesar

0,200. Hasil Asymp. Sig. variabel lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data seluruh variabel berdistribusi normal.

Tabel 4. | Uji Linieritas Data

Nama Variabel		F
Bebas	Terikat	
Tingkat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19	Intensitas Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 pemerintah	1,194
Tingkat Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19	Intensitas Belanja Onine Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 pemerintah	0,848
Tingkat Pengaruh Perubahan Sosial Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19	Intensitas Belanja Onine Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 pemerintah	0,540

Tabel diatas menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat masing-masing menghasilkan nilai F dengan nilai signifikansi lebih dari 0,05 yang mempunyai arti bersifat linier. Hubungan antara variable Tingkat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid19 dengan Intensitas Belanja Onine Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 bersifat linier, dengan nilai F sebesar 1,194 dan signifikansi 0,321. Hubungan antara variable Tingkat Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes

Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 dengan Intensitas Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 bersifat linier, dengan nilai F sebesar 0,848 dan signifikansi 0,521. Dan Hubungan antara variable Tingkat Pengaruh Perubahan Sosial Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 dengan Intensitas Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 bersifat linier, dengan nilai F sebesar 0,540 dan signifikansi 0,800.

Tabel 5. / Uji Mutikolinearitas Data

Nama Variabel	Tolerance	VIF
Tingkat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19	0,712	1.404
Tingkat Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19	0,665	1.503
Tingkat Pengaruh Perubahan Sosial Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19	0,642	1.557

Nilai VIF yang ditemukan adalah sebesar 1.404 Oleh karena nilai tersebut kurang dari 4 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel Tingkat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 dengan Tingkat Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 dan dengan Tingkat Pengaruh Perubahan Sosial Terhadap Belanja Online Mahasiswa

STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19.

Tabel 6. | Uji Heteroskedastisitas Data

Nama Variabel	Sig.
Tingkat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19	0,182
Tingkat Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19	0,765
Tingkat Pengaruh Perubahan Sosial Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19	0,200

Tabel diatas menunjukkan bahwa kedua variabel independent tidak terjadi heterosedastisitas. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi untuk variabel Tingkat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 sebesar 0,182, variabel Tingkat Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 sebesar 0,765 dan Tingkat Pengaruh Perubahan Sosial Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru sebesar 0,200.

Tabel 7. | Uji Autokorelasi Data

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.456 ^a	.208	.170	2.326	2.064

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa dari output terdapat nilai durbin Watson sebesar 2.064 sehingga munculnya nilai durbin Watson (d) maka dapatdigunakan sebagai acuan untuk menentukan terdapatnya autokorelasi pada data.

Tabel 8. | Uji Regresi Linier Berganda

Nama Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.098	2.509		1.633	.108
X1	-.010	.164	-.008	-.061	.952
X2	.046	.231	.028	.199	.843
X3	.555	.176	.445	3.156	.002

Analisis regresi linier dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1), kualitas produk(X2) dan Perubahan Sosial (X3) terhadap Intensitas Belanja Online (Y) pada saat Pandemi Covid-19. Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi Intensitas Belanja Online (Y) adalah 4.098, apabila nilai variabel lainnya tetap (konstan), maka keputusan pembelian adalah sebesar 4.098 satuan.
2. Koefisien regresi kualitas produk (X1) adalah -0.010, Setiap kenaikan ataupun penurunan nilai harga sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (konstan), maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan ataupun penurunan -0.010 satuan.
3. Koefisien regresi perilaku konsumtif (X2) adalah 0,046, Setiap kenaikan ataupun penurunan nilai kualitas produk sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (konstan), maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan ataupun penurunan sebesar 0,046 satuan.
4. Koefisien regresi perubahan sosial (X3) adalah 0,555, Setiap kenaikan ataupun penurunan nilai promosi sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (konstan), maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan ataupun penurunan sebesar 0,555 satuan

Tabel 9. | Koefisien Determinasi

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.261	3	29.420	5.437	.002^b
	Residual	335.497	62	5.411		
	Total	423.758	65			

Diketahui nilai Fhitung sebesar 5,437 dan Ftabel sebesar 2,75. $5,437 > 2,750$ maka H_0 ditolak H_1 diterima dan signifikansi $0,05 < 0,05$. Artinya variabel X secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, dapat dilihat bahwa terdapat nilai uji F sebesar 5,437, dengan nilai signifikansi 0,002. Oleh karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 berarti Tingkat Pengaruh Kualitas Produk, Tingkat Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Tingkat Pengaruh Perubahan Sosial Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Intensitas Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19

Tabel 10. / Uji Simultan (Uji F)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.098	2.509		1.633	.108
1	Kualitas Produk	-.010	.164	-.008	.952
	Perilaku Konsumtif	.046	.231	.028	.843
	Perubahan Sosial	.555	.176	.445	3.156

a. Dependent Variable: Intensitas Belanja Online

- a. Tingkat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Intensitas Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19. Signifikansi = $0,952 > 0,05$; thitung = $-0,061$; ttabel = $1,999$ Jadi, $-0,061 < 1,999$. maka H_0 diterima yang artinya variabel X_1 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y . Kesimpulan yaitu variabel Kualitas Produk (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Intensitas Belanja Online (Y)
- b. Tingkat Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Intensitas Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19. Signifikansi = $0,843 > 0,05$; thitung = $0,199$; ttabel = $1,999$. Jadi, $0,199 < 1,999$ maka H_0 diterima yang artinya variabel X_2 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y . Kesimpulannya yaitu variabel Perilaku Konsumtif (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Intensitas Belanja Online (Y)
- c. Tingkat Pengaruh Perubahan Social Terhadap Intensitas Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19. Signifikansi = $0,002 < 0,05$; thitung = $3,156$; ttabel = $1,999$. Jadi, $3,156 > 1,999$ maka H_0 ditolak yang artinya variabel X_3 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y . Kesimpulannya yaitu variabel Perubahan Sosial (X_3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Intensitas Belanja Online (Y).

Setelah dilakukan penelitian dan analisis statistik, hasil penelitian untuk variabel Pengaruh Tingkat Kualitas Produk Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 terhadap Intensitas Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-

19 menunjukkan seperti yang sudah terdapat pada bahwa nilai R^2 adalah sebesar $0,208$ atau jika dalam model regresi itu sebesar $20,8\%$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sumbangan pengaruh dari variable dependen (Y) adalah sebesar $20,8\%$ sedangkan sisanya yaitu $1 - 0,208 = 0,792$ atau jika dalam model regresi sebesar $79,2\%$ dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai R^2 sebesar $0,558$ dapat disimpulkan bahwa nilai R^2 itu lebih besar daripada 0 sehingga nilai R^2 semakin mendekati satu, menunjukkan semakin kuat kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Pengaruh Tingkat Kualitas Produk Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 terhadap Intensitas Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial diperoleh t hitung sebesar $.061$ dengan taraf signifikansi sebesar $.952$ Oleh karena nilai signifikansinya lebih besar dari $0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variable Tingkat Pengetahuan tentang Pandemi Covid-19 pada mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap factor-faktor intensitas belanja online mahasiswa stikes awal bros pekanbaru.

Setelah dilakukan penelitian dan analisis statistik, hasil penelitian untuk variable Pengaruh Tingkat perilaku konsumtif terhadap belanja online mahasiswa STIKes awal bros pekanbaru selama pandemic covid-19 terhadap intensitas belanja online mahasiswa stikes awal bros pekanbaru menunjukkan seperti yang sudah terdapat pada Nilai R^2 sebesar $0,208$ dapat disimpulkan bahwa nilai R^2 itu lebih besar daripada 0 sehingga nilai R^2 semakin mendekati satu, menunjukkan semakin kuat kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Serta Tingkat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap

Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19, Tingkat Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial diperoleh t hitung sebesar .199 dengan taraf signifikansi sebesar .843 Oleh karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Tingkat Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Peran mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru dalam mematuhi kebijakan pemerintah .

Setelah dilakukan penelitian dan analisis statistik, hasil penelitian untuk variabel Pengaruh Tingkat perubahan social Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 terhadap Intensitas Belanja Onine Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 menunjukkan seperti yang sudah terdapat bahwa nilai R^2 adalah sebesar 0,208 atau jika dalam model regresi itu sebesar 20,8 %. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sumbangan pengaruh dari variable dependen (Y) adalah sebesar 20,8 % sedangkan sisanya yaitu $1 - 0,208 = 0,792$ atau jika dalam model regresi sebesar 79,2 % dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai R^2 sebesar 0,208 dapat disimpulkan bahwa nilai R^2 itu lebih besar daripada 0 sehingga nilai R^2 semakin mendekati satu, menunjukkan semakin kuat kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Pengaruh Tingkat Kualitas Produk Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 terhadap Intensitas Belanja Onine Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 Berdasarkan hasil

perhitungan secara parsial diperoleh t hitung sebesar 3.156 dengan taraf signifikansisebesar .002 Oleh karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variable Tingkat Pengetahuan tentang Pandemi Covid-19 pada mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap factor-faktor intensitas belanja online mahasiswa stikes awal bros pekanbaru.

.KESIMPULAN

Tingkat Pengaruh Kualitas Produk, Tingkat Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Tingkat Pengaruh Perubahan Sosial Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Intensitas Belanja Onine Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19. Uji Heteroskedastisitas Data menunjukkan bahwa kedua variabel independent tidak terjadi heterosedastisitas.

Hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat masing-masing menghasilkan nilai F dengan nilai signifikansi lebih dari 0,05 yang mempunyai arti bersifat linier. Hubungan antara variable Tingkat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 dengan Intensitas Belanja Onine Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 bersifat linier, dengan nilai F sebesar 1,194 dan signifikansi 0,321. Hubungan antara variable Tingkat Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 dengan Intensitas Belanja Onine Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 bersifat linier, dengan nilai F sebesar 0,848 dan signifikansi 0,521. Dan Hubungan antara variable Tingkat

Pengaruh Perubahan Sosial Terhadap Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 dengan Intensitas Belanja Online Mahasiswa STIKes Awal Bros Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19 bersifat linier, dengan nilai F sebesar 0,540 dan signifikansi 0,800.

Nilai R^2 adalah sebesar 0,208 atau jika dalam model regresi itu sebesar 20,8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sumbangan pengaruh dari variable dependen (Y) adalah sebesar 20,8 % pengaruh dari intensitas belanja online (Y) yang dipengaruhi factor-faktor kualitas produk (X1), Perilaku konsumtif (X2) dan Perubahan social (X3). Sedangkan sisanya yaitu $1 - 0,208 = 0,792$ atau jika dalam model regresi sebesar 79,2 % dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai R^2 sebesar 0,208 dapat disimpulkan bahwa nilai R^2 itu lebih besar daripada 0 sehingga nilai R^2 semakin mendekati satu, menunjukkan semakin kuat kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diambil, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Perlu diadakannya penelitian lanjutan dengan mengubah atau menambah variable penelitian atau sesuatu penelitian yang bersifat eksperimental.
2. Sebaiknya pihak kampus STIKes awal bros pekanbaru memberitahu kembali atau mengingatkan Kembali kepada mahasiswa agar mematuhi protocol Kesehatan dengan salah satu caranya berbelanja online dimasa pandemic ini agar tidak berinteraksi langsung diluar.
3. Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah

variabel-variabel dependen atau independent yang selain penelitian ini yang mungkin berpengaruh terhadap tingkat pendapatan. Hal ini diharapkan agar penelitian selanjutnya lebih sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Cholilawati, and Dewi Suliyanthini. "Perubahan Perilaku Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19." *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, vol. 9, no. 1, 3 Jan. 2021
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia." 2020
- Halim, Cipta. 2010. *Berbelanja smart dan membuka gerai gaul di kaskus*. Jakarta: PT. Elex Media Computindo.
- Iksal, M. (2020). Analisis Belanja Online di Kalangan Mahasiswa pada Masa Pandemi Covid-19. 21(1), 1–9
- Muhammad Yusuf dan Ahmad Yusuf, 1 Jam Membuat Toko Online dengan JoomlaVirtuemart, Yogyakarta, Expert, 2012, hlm. 1.
- Hartati, P. Susanto. 2020. "Peran Pemuda Tani Dalam Pencegahan Penyebaran Covid19 Di Tingkat Petani (Kasus Di Kabupaten Magelang)." *Journal of Business and Entrepreneurship* 2(2 April): 107–12.
- Dwi Suwiknyo, BOS (Bisnis Online Syariah), (Yogyakarta: Trust Media, 2009), 1-2
- Poerwadarminta, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 2003
- Partanto, dkk, Kamus Ilmiah Populer, Surabaya: Penerbit Arloka, hal 265