

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum STAIN Kudus

1) Tinjauan Historis Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus

Secara umum sejarah berdirinya Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Indonesia yaitu Institut Agama Islam Negeri. keberadaan IAIN sendiri tidak terlepas dari pasang surutnya perjuangan Islam di Indonesia terutama dalam bidang Dakwah Islamiyah .

Pada waktu pemerintah republik Indonesia berpusat di Yogyakarta (1949), pemerintah mendirikan perguruan tinggi yang diberi nama Universitas Gajah Mada yang semula adalah perguruan tinggi swasta yang diperuntukkan untuk golongan nasional. Sedangkan untuk golongan islam didirikan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) yang diambilkan dari Fakultas Agama Universitas Islam Indonesia yang nota bene adalah perguruan tinggi swasta. Pada tahun 1960 PTAIN di Yogyakarta dan Akademi Dina Ilmu Negeri (ADIA) di Jakarta digabung menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN), dengan nama al-Jami'ah al-Islamiyah al-Hukumiyah. (IAIN) yang semula hanya ada di Yogyakarta, kemudian berkembang menjadi 14 IAIN yang tersebar di seluruh Indonesia.

Pada tahun 1963 Yayasan Kesejahteraan Daerah (YKD) Kudus mendirikan Perguruan Tinggi Ilmu Ekonomi yang sekarang menjadi Universitas Muria Kudus, dan Perguruan Tinggi Agama Islam yang kemudian menjadi Fakultas Tarbiyah yang secara operasional menginduk IAIN Sunan Kalijaga. Kemudian pada tahun 1969 berdiri juga Fakultas Ushuluddin. Pada tanggal 6 April 1970 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 1970 Fakultas Ushuluddin dinegerikan. Bersamaan dengan itu pula Fakultas Tarbiyah ditarik ke IAIN Walisongo Semarang dan Fakultas Ushuluddin tetap dikudus sebagai fakultas daerah

dari IAIN Walisongo Semarang. Kemudian para dermawan seperti, BAPENI, Pemerintah Daerah, tokoh agama dan masyarakat serta industri rokok memberikan tanah wakaf untuk fakultas daerah ini.

Pada tahun 1992 keluar keputusan Menteri Agama Nomor 170 Tahun 1992 yang merelokasi Fakultas Usuluddin IAIN Walisongo di Kudus ke Surakarta. Dengan pertimbangan kebijakan Rektor IAIN Walisongo Semarang, Kudus diberikan ijin membuka jurusan perbandingan agama yang merupakan salah satu jurusan dari Fakultas IAIN Walisongo Semarang.

Pada tanggal 23 Agustus 1996 keluar surat edaran dari Dirjen BINBAGA Islam Nomor : EIII/OT.00/A2/1804/1996 tentang penyiapan bahan untuk penataan kelembagaan, yang ditunjukan kepada Rektor dan Dekan Fakultas Daerah (diluar induk) di seluruh Indonesia yang berisi perintah kepada seluruh Dekan Fakultas Daerah untuk menyiapkan bahan-bahan sebagai dokumen awal Rencana Pendirian Sekolah Tinggi yang berisim :

1. Proposal Pendirian IAIN/ Sekolah Tinggi
2. Rencana Induk Pengembangan dan Master Plan
3. Statuta IAIN/ Sekolah Tinggi
4. Naskah Akademik

Surat edaran tersebut merupakan tantangan dan sekaligus peluang bagi IAIN Walisongo agar dikudus berkembang menjadi sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus. Tugas pertama yang harus dipersiapkan oleh panitia yaitu mempersiapkan semua naskah yang diminta oleh Dirjen BINBAGA Islam sebagaimana tersebut diatas.¹ Maka, sebagai langkah awal Drs. H. Muslim A. Kadir,. MAI, selaku PLH

¹ Tim STAIN Kudus, *Pedoman Akademik untuk Civitas Akademika*, Kudus, 2012, hlm. 1-3.

beserta staf jajarannya mengadakan rapat memutuskan untuk membentuk panitia kecil sebagai pendiri yang terdiri atas:

I. Penasehat:

1. Drs. H. Ahmad Ludjito (Rektor IAIN Walisongo)
2. Kol. H Soedarsono (KDH.Kudus)
3. Dr. H. Zaenuri Qasim (Ketua BAPENNI Fak. Ussuluddin Kudus)

II. Ketua : Drs. H Muslim A. Kadir, MA

Wakil Ketua : Drs. Abu Djamin Taufiq

Sekretaris : Drs. Ahmad Fauzan

Bendahara : Drs. H. Isbatul Haqiqi A. Ghani

Anggota : 1. Drs. H. Kaharuddin
2. Drs. Sa'dullah Assa'idi M.Ag
3. Drs. Kahar Utsman
4. Drs. Supa'at
5. Drs. Danusiri, M.ag
6. Drs. sobrowi

Pada tanggal 26 Nopember 1996, keluar surat Dirjen BINBAGA Islam Departemen Agama RI yang berisi jawaban terhadap proposal perubahan Fakultas Ushuluddin menjadi STAIN Kudus dengan merujuk surat dari Dirjen DIKTI DEPDIKBUT Nomor : 2909/P/T/96, yang intinya berisi persetujuan perubahan 37 Fakultas Daerah menjadi STAIN Kudus Jawa Tengah yang menduduki urutan 14.

2) Visi

STAIN Kudus adalah Perguruan Tinggi Agama (PTA) yang lahir karena proses sejarah panjang. Oleh karena itu, jika ingin berperan dalam proses pembangunan tatanan kehidupan yang penuh rahmat, maka *grand concept* masyarakat ideal dalam al-Qur'an dan Sunnah haruslah menjadi titik simpul visi STAIN Kudus, kemudian mengaktualisasinya

menjadi penyelesaian masalah dalam praktis kehidupan umat masa kini. Aktualisasi ini memerlukan koherensi dengan universitas *grand concept* al-Qur'an dan Sunnah, dengan mengggerser paradigma kebergamaan dalam sejarah. Visi STAIN Kudus adalah sebagai berikut: "Membangun dan memberdayakan ilmu-ilmu agama islam dengan mengintegrasikannya dan menginternalisasikan ketangguhan dan keanggunan karakter normal, kesalehan nurani/spiritual dan ketajaman nalar/emmosional untuk mewujudkan masyarakat madani." (Statuta STAIN Kudus Tahun 2008).

Visi tersebut menjadikan Pendidikan Tinggi Agama (PTA) sebagai motor penggerak perubahan dari masyarakat berkembang menuju masyarakat religius modern. Pembentukan masyarakat religius yang modern selalu diikuti oleh proses transformasi sosial, yang menandai suatu perubahan dari masayarakat yang potensi keberagamaannya kurang berkembang menuju masyarakat maju dan berkembang yang mengaktualisasikan potensi keberagamaannya secara optimal dalam konteks masyarakat multicultural.²

3) Misi

Misi STAIN Kudus disusun sebagai berikut :

" Menyelenggarakan Tri Darma Perguruan Tingi yang Islam dan berkualitas guna mewujudkan insan akademik yang cakap dan saleh, berakhlak mulia, dengan menumbuhkembangkan etos ilmu, etos kerja, dan etos pengabdian yang tinggi, serta partisipasi aktif dalam memberdayakan segenap potensi masyarakat." (Statuta STAIN Kudus Tahun 2008).

Bangunan misi tersebut akan terwujud tentu diperlukan profesionalisme, etos kerja dan motivasi yang tinggi sebagai faktor

² Tim STAIN Kudus, *Buku Ajar Martikulasi*, Kudus, 2012, hlm. 8.

penggerak, dengan dukungan oleh iklim akademik dan sistem sosial yang kondusif, juga oleh keniscayaan penataan pada struktur keilmuan islam, kelembagaan dan proses pengelolaan lembaga, serta tersediaanya sarana dan prasarana yang memadai. STAIN Kudus diharapkan mampu mewujudkan dua lingkup misi yang saling berkaitan sekaligus, yakni misi mikro, terkait dengan penyiapan relenvasi pendidikan untuk memasuki dunia kerja dengan jalan mengembangkan keterampilan keberagamaan (*religiousness vocation development*) dan mengembangkan kecakapan serta potensi diri dan misi mikro terkait dengan keunggulan kompetitif dan komparatif, cirri khas, dengan menemukan kearifan dan derajat keilmuan yang setinggi-tingginya.³

4) Tujuan

Penyiapan sumber daya manusia untuk menghadapi tantangan global, perguruan tinggi mempunyai peran yang sangat penting dan strategis. Tujuan STAIN Kudus sebagai berikut :

1. Menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik dan/atau profesional yang beriman, bertaqwa, dan berakhlak mulia serta dapat menerapkan mengembangkan dan/atau menciptakan ilmu pengetahuan keislaman, teknologi yang berlandaskan ajaran islam.
2. Mengembangkan dan meyebarkan ilmu pengetahuan keislaman, teknologi dan seni yang berlandaskan ajaran islam, serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan pemberdayaan potensi serta taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional. (Statuta STAIN Kudus Tahun 2008)

Secara ringkas dapat dikatakan bahwa tujuan STAIN Kudus adalah :

³ *Ibid.*, hlm. 9.

- a) Menghasilkan lulusan yang berkualitas secara akademik dan/atau profesional di bidang ilmu agama, teknologi, dan kebudayaan islam serta bermanfaat bagi masyarakat.
- b) Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu agama, teknologi, dan kebudayaan islam bagi kemaslahatan masyarakat.⁴

5) Lokasi

Letak geografis Kota Kudus terletak di Desa Ngembal Rejo atau tepatnya berada di jalan Conge Ngembal Rejo, PO BOX 51 Bae Kudus. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus merupakan sekolah satu-satunya di kota kudus. Dalam perkembangannya STAIN Kudus dari tahun ke tahun terus menunjukkan peningkatan terutama dari segi kuantitas mahasiswa. Kampus Stain Kudus terbagi atas 2 bagian yaitu bagian barat jalan dan bagian timur jalan. Pada bagian barat jalan dipergunakan sebagai gedung perkuliahan, gedung perkantoran, gedung kantor jurusan, perputakaan, musholla dan kantor-kantor pusat kemahasiswaan (DEMA, SENAT, HMJ, UKM, KOPMA dan lain-lain. Sedangkan dibagian timur dipergunakan sebagai gedung rektorat, gedung laboratorium, masjid, gedung perkuliahaan, lapangan, lapangan olahraga, gedung pasca sarjana dan lain-lain).

6) Program dan kurikulum S1

STAIN Kudus mempunyai beberapa program bagi mahasiswa S.1 diantaranya sebagai berikut :

1. Program S.1

a. Jurusan Tarbiyah

Jurusan tarbiyah memiliki beberapa prodi yaitu :

a) Prodi Pendidikan Agama Islam (PAI)

⁴ *Ibid.*, hlm. 11

- b) Prodi Pendidikan Bahasa Arab (PBA)
- c) Prodi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI)
- d) Prodi Guru Raudhotul Athfal (PGRA)
- b. Jurusan Syariah
 - a) Prodi Ekonomi Syariah (ES)
 - b) Prodi Ahwal syakhshiyah (AS)
 - c) Prodi Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
 - d) Prodi Zakat dan Wakaf (ZW)
- c. Jurusan Dakwah
 - a) Bimbingan Konseling Islam (BKI)
 - b) Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
 - c) Manajemen Dakwah (MD)
 - d) Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)
- d. Jurusan Ushuluddin
 - a) Prodi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir (IQT)
 - b) Prodi Ilmu Aqidah (IA)
 - c) Prodi Akhlak dan Tasawuf (AT)
 - d) Prodi Ilmu Hadist (IH)
- 1. Kurikulum
 - a. Kurikulum

Kurikulum program S.1 STAIN Kudus berdasarkan pada Keputusan ketua STAIN Kudus Tahun 2008.
 - b. Beban studi program Strata (S.1) antara 144-160 sks yang dapat dijadwalkan untuk delapan dan selama-lamanya 14 (empat belas) semester.
 - c. Jenis mata kuliah

Mata kuliah dikelompokkan dalam lima komponen, yaitu : MPK (mata kuliah Pemnegembangan Kepribadian), MKK (Mata Kuliah Keilmuan dan Ketrampilan), MKB (Mata Kuliah

Keahlian Berkarya), MBB (Mata Kuliah Berkehidupan Bermasyarakat).

d. Mata Kuliah dibedakan dalam tiga hal :

- a) Mata kuliah mandiri, ialah semua mata kuliah yang berlaku secara umum tanpa syarat.
- b) Mata Kuliah Prasayarat, ialah mata kuliah yang harus diikuti sebelum mengikuti mata kuliah tertentu yang memepersyaratkannya/ ko-syaratnya.
- c) Mata kuliah ko-syarat, ialah mata kuliah yang memerlukan syarat mata kuliah lain untuk diikuti sebelum mata kuliah ini.

e. Kode mata kuliah

- a) Setiap mata kuliah diberi kode berupa huruf-huruf kapital yang menunjukkan komponen mata kuliah beserta jurusannya.
- b) Setiap mata kuliah diberi nomor angka tertentu.
- c) Kode dan nomor masing-masing mata kuliah sebagaimana tercantum dalam lampiran panduan.

f. Nilai kredit

- a) Setiap mata kuliah diberi harga yang disebut dengan nilai kredit.
- b) Banyaknya nilai kredit untuk masing-masing mata kuliah ditentukan atas besarnya usaha untuk menyelesaikan tugas-tugas perkuliahan praktikum, maupun tugas-tugas lain.
- c) Nilai kredit perkuliahan, setiap satu satuan kredit semester (1 sks) setara dengan : 45 menit kegiatan tatap muka terjadwal baik untuk tugas akademik mandiri.⁵

⁵ *ibid.*, hlm., 25.

7) Program dan kurikulum pasca sarjana S2

STAIN Kudus juga mempunyai beberapa program bagi pasca sarjana, programnya sebagai berikut :

1. Program Pasca Sarjana

a. Manajemen Pendidikan Islam

- a) Pendidikan Agama Islam
- b) Pendidikan Guru MI/SD
- c) Pendidikan Guru RA/TK
- d) Bimbingan dan Konseling
- e) Supervises Pendidikan

b. Ekonomi Syariah

- a) Perbankan Syari'ah
- b) Manajemen Keuangan
- c) Manajemen Bisnis Syariah
- d) Manajemen SDM
- e) Akuntansi Syari'ah

2. kurikulum

a. kurikulum

kurikulum program pasca sarjana STAIN Kudus disusun sesuai standar kompetensi lulusan yang diterapkan dalam kurikulum nasional dan institusional. Sebagaimana diatur dalam Keputusan Menteri Agama RI Nomor 353 Tahun 2004 tentang pedoman penyusunan kurikulum Pendidikan Tinggi Agama Islam. Penyusunan kurikulum juga memperhatikan perkembangan dunia pendidikan dalam megakomodasi tuntutan inovasi kurikulum dan Pengelolaan pendididkan islam di Indonesia serta tuntutan kebutuhan penerapan prinsip-prinsip syariat islam dalam konteks ekonomi. struktur kurikulum

Program Pasca sarjana STAIN Kudus mencakup susunan mata kuliah yang dapat dikelompokkan ke dalam 4 (empat) kategori, yaitu mata kuliah matrikulasi (MTR), mata kuliah dasar (MKD), mata kuliah keahlian (MKK), dan mata kuliah pilihan (MKP).

b. Beban kredit

- a) Beban kredit untuk Strata dua (S2) pada Program Pasca Sarjana STAIN Kudus berjumlah 42 sks yang tersebar dalam struktur mata kuliah dasar (MKD), mata kuliah keahlian (MKK) dan mata kuliah pilihan (MKP), termasuk di dalamnya. Penulisan tesis yang memiliki bobot 6 (enam) SKS. Sedangkan teks arab, kajian teks inggris, pengantar ilmu ekonomi dan statistik merupakan mata kuliah matrikulasi (MTR) yang memiliki bobot (nol) SKS
- b) Setiap 1 (satu) SKS setara dengan 50 menit kegiatan akademik terjadwal, 60 menit kegiatan akademik terstruktur tidak terjadwal dan 60 menit kegiatan akademik mandiri.⁶

B. Deskripsi Data Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dan peneliti secara langsung melaksanakan observasi untuk memperoleh data-data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Perolehan data-data dan informasi dilakukan dengan penyebaran angket kepada responden secara langsung. Namun demikian, sebelum peneliti menyebarkan angket secara langsung kepada responden, terlebih dahulu melakukan pra riset kepada lembaga yang terkait guna memperoleh informasi yang berkaitan dengan penelitian ini dan untuk mendapatkan ijin dari lembaga yang peneliti teliti. Pengumpulan data secara langsung dengan menemui responden bertujuan

⁶ Tim STAIN Kudus, *Pedoman Akademik Pasca Sarjana STAIN Kudus*, kudus, 2015, hlm, 6.

agar lebih efektif untuk meningkatkan respon data responden dalam penelitian ini. Dalam pengumpulan data ditemukan ketidaklengkapan oleh responden sehingga data yang dapat diolah terdapat 77 responden.

1. Deskripsi Identitas Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Laki-laki	25	32%
2	Perempuan	52	68%
Jumlah		77	100%

Sumber data : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa dari 77 responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 25 atau (32%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 52 atau (68%).

b. Jurusan/Prodi Responden

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan/Prodi Responden

NO	Jurusan/ Prodi	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Ekonomi Syariah (ES)	15	19%
2	Ahwal Syakhshiyah (AS)	9	12%
3	Manajemen Bisnis Syariah (MBS)	53	69%
Jumlah		77	100%

Sumber data : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa dari 77 responden/mahasiswa yang Jurusan/Prodi Ekonomi Syariah (ES) sebanyak 15 mahasiswa (19%), kemudian yang Jurusan/Prodi Ahwal Syakhshiyah (AS) sebanyak 9 mahasiswa (12%), kemudian Manajemen Bisnis Syariah (MBS) sebanyak 53 mahasiswa (69%).

c. Pembelian Secara Online Lebih dari Satu Kali

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Pembelian Produk Secara Online Lebih dari Satu Kali

NO	Pembelian Produk Secara Online Lebih dari Satu Kali	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Ya	41	53%
2	Tidak	36	47%
Jumlah		77	100%

Berdasarkan tabel 4.3 diatas , dapat diketahui bahwa mahasiswa yang melakukan pembelian produk secara online lebih dari satu kali, yang menjawab ya sebanyak 41 mahasiswa (53%), dan yang menjawab Tidak sebanyak 36 mahasiswa (47%).

2. Deskripsi Data Penelitian

Tabel 4.4
Hasil Jawaban Responden

Variabel	Item	Total STS	%	Total TS	%	Total KS	%	Total S	%	Total SS	%
Kepercayaan (X1)	X1.1	4	5,19	12	15,58	14	18,18	29	37,66	18	23,37
	X1.2	4	5,19	4	5,19	20	25,97	31	40,25	18	23,37
	X1.3	3	3,89	10	12,98	10	12,98	30	38,96	24	31,16

	X1.4	4	5,19	6	7,79	16	20,77	30	38,96	21	27,27
	X1.5	4	5,19	5	6,49	20	25,97	32	41,55	16	20,77
	X1.6	4	5,19	6	7,79	15	19,48	40	51,94	12	15,58
Keamanan (X2)	X2.1	3	3,89	3	3,89	20	25,97	29	37,66	22	28,57
	X2.2	4	5,19	4	5,19	16	20,77	35	45,45	18	23,37
	X2.3	3	3,89	5	6,49	21	27,27	35	45,45	13	16,88
	X2.4	4	5,19	5	6,49	23	29,87	31	40,25	14	18,18
	X2.5	3	3,89	3	3,89	14	18,18	36	46,75	21	27,27
	X2.6	5	6,49	6	7,79	19	24,67	26	33,76	21	27,27
Persepsi Resiko (X3)	X3.1	5	6,49	13	16,88	15	19,48	28	36,36	16	20,77
	X3.2	4	5,19	6	7,79	22	28,57	32	41,55	13	16,88
	X3.3	3	3,89	8	10,38	14	18,18	29	37,66	23	29,87
	X3.4	2	2,59	6	7,79	20	25,97	30	38,96	19	24,67
	X3.5	3	3,89	4	5,19	20	25,97	39	50,64	11	14,28
	X3.6	2	2,59	5	6,49	19	24,67	43	55,84	8	10,38
	X3.7	3	3,89	4	5,19	22	28,57	39	50,64	9	11,68
	X3.8	6	7,79	1	1,29	17	22,07	37	48,05	16	20,77
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	4	5,19	12	15,58	14	18,18	27	35,06	20	25,97
	Y2	5	6,49	7	11,80	21	27,27	31	40,25	13	16,88
	Y3	4	5,19	8	10,38	15	19,48	25	32,46	25	32,46
	Y4	3	3,89	6	7,79	16	20,77	36	46,75	16	20,77
	Y5	2	2,59	5	6,49	20	25,97	32	41,55	18	23,37
	Y6	4	5,19	3	3,89	17	22,07	34	44,15	19	24,67
	Y7	1	1,29	4	5,19	23	29,87	36	46,75	13	16,88
	Y8	4	5,19	5	6,49	14	18,18	29	37,66	25	32,46

1. Kepercayaan (X_1)

Dari tabel 4.4 di atas menunjukkan untuk variabel Kepercayaan Item 1, sebanyak 5,19% responden menyatakan sangat tidak setuju, 15,58 % responden menyatakan tidak setuju, 18,18% responden memberikan jawaban kurang setuju, 37,66% responden menyatakan setuju, dan 23,37% responden menyatakan sangat setuju.

Item 2, sebanyak 5,19% responden menyatakan sangat tidak setuju, 5,19% responden menyatakan tidak setuju, 25,97% responden memberikan jawaban kurang setuju, 40,25% responden menyatakan setuju, dan 23,37% responden menyatakan sangat setuju.

Item 3, sebanyak 3,89% responden menyatakan sangat tidak setuju, 12,98% responden menyatakan tidak setuju, 12,98% responden memberikan jawaban kurang setuju, 38,96% responden menyatakan setuju, dan 31,16% responden menyatakan sangat setuju.

Item 4, sebanyak 5,19% responden menyatakan sangat tidak setuju, 7,79% responden menyatakan tidak setuju, 20,77% responden memberikan jawaban kurang setuju, 38,96% responden menyatakan setuju, dan 27,27% responden menyatakan sangat setuju.

Item 5, sebanyak 5,19% responden menyatakan sangat tidak setuju, 6,49% responden menyatakan tidak setuju, 25,97% responden memberikan jawaban kurang setuju, 41,55% responden menyatakan setuju, dan 20,77% responden menyatakan sangat setuju.

Item 6, sebanyak 5,19% responden menyatakan sangat tidak setuju, 7,79% responden menyatakan tidak setuju, 19,48% responden memberikan jawaban kurang setuju, 51,94% responden menyatakan setuju, dan 15,58% responden menyatakan sangat setuju.

2. Keamanan (X₂)

Dari tabel 4.4 di atas menunjukkan untuk variabel Keamanan Item 1, sebanyak 3,89% responden menyatakan sangat tidak setuju, 3,89% responden menyatakan tidak setuju, 25,97% responden memberikan jawaban kurang setuju, 37,66% responden menyatakan setuju, dan 28,57% responden menyatakan sangat setuju.

Item 2, sebanyak 5,19% responden menyatakan sangat tidak setuju, 5,19% responden menyatakan tidak setuju, 20,77% responden memberikan jawaban kurang setuju, 45,45% responden menyatakan setuju, dan 23,37% responden menyatakan sangat setuju.

Item 3, sebanyak 3,89% responden menyatakan sangat tidak setuju, 6,49% responden menyatakan tidak setuju, 27,27% responden memberikan jawaban kurang setuju, 45,45% responden menyatakan setuju, dan 16,88% responden menyatakan sangat setuju.

Item 4, sebanyak 5,19% responden menyatakan sangat tidak setuju, 6,49% responden menyatakan tidak setuju, 29,87% responden memberikan jawaban kurang setuju, 45,45% responden menyatakan setuju, dan 16,88% responden menyatakan sangat setuju.

Item 5, sebanyak 1,29% responden menyatakan sangat tidak setuju, 3,89% responden menyatakan tidak setuju, 18,18% responden memberikan jawaban kurang setuju, 46,75% responden menyatakan setuju, dan 27,27% responden menyatakan sangat setuju.

Item 6, sebanyak 6,49% responden menyatakan sangat tidak setuju, 7,79% responden menyatakan tidak setuju, 24,67% responden memberikan jawaban kurang setuju, 33,76% responden menyatakan setuju, dan 27,27% responden menyatakan sangat setuju.

3. Persepsi Resiko (X_3)

Dari tabel 4.4 di atas menunjukkan untuk variabel Persepsi Resiko Item 1, sebanyak 6,49% responden menyatakan sangat tidak setuju, 16,88% responden menyatakan tidak setuju, 19,48% responden memberikan jawaban kurang setuju, 36,36% responden menyatakan setuju, dan 20,77% responden menyatakan sangat setuju.

Item 2, sebanyak 5,19% responden menyatakan sangat tidak setuju, 7,79% responden menyatakan tidak setuju, 28,57% responden memberikan jawaban kurang setuju, 41,55% responden menyatakan setuju, dan 16,88% responden menyatakan sangat setuju.

Item 3, sebanyak 3,89% responden menyatakan sangat tidak setuju, 10,38% responden menyatakan tidak setuju, 18,18% responden memberikan jawaban kurang setuju, 37,66% responden menyatakan setuju, dan 29,87% responden menyatakan sangat setuju.

Item 4, sebanyak 2,59% responden menyatakan sangat tidak setuju, 7,79% responden menyatakan tidak setuju, 25,97% responden memberikan jawaban kurang setuju, 38,96% responden menyatakan setuju, dan 24,67% responden menyatakan sangat setuju.

Item 5, sebanyak 3,89% responden menyatakan sangat tidak setuju, 5,19% responden menyatakan tidak setuju, 25,97% responden memberikan jawaban kurang setuju, 50,64% responden menyatakan setuju, dan 14,28% responden menyatakan sangat setuju.

Item 6, sebanyak 2,59% responden menyatakan sangat tidak setuju, 6,49% responden menyatakan tidak setuju, 24,67% responden memberikan jawaban kurang setuju, 55,84% responden menyatakan setuju, dan 10,38% responden menyatakan sangat setuju.

Item 7, sebanyak 3,89% responden menyatakan sangat tidak setuju, 5,19% responden menyatakan tidak setuju, 28,57% responden

memberikan jawaban kurang setuju, 50,64% responden menyatakan setuju, dan 11,68% responden menyatakan sangat setuju.

Item 8, sebanyak 7,79% responden menyatakan sangat tidak setuju, 1,29% responden menyatakan tidak setuju, 22,07% responden memberikan jawaban kurang setuju, 48,05 % responden menyatakan setuju, dan 20,77 % responden menyatakan sangat setuju.

4. Keputusan Pembelian (Y)

Dari tabel 4.4 di atas menunjukkan untuk variabel Keputusan Pembelian Item 1, sebanyak 5,19% responden menyatakan sangat tidak setuju, 15,58% responden menyatakan tidak setuju, 18,18% responden memberikan jawaban kurang setuju, 35,06% responden menyatakan setuju, dan 25,97% responden menyatakan sangat setuju.

Item 2, sebanyak 6,49% responden menyatakan sangat tidak setuju, 11,80% responden menyatakan tidak setuju, 27,27% responden memberikan jawaban kurang setuju, 40,25% responden menyatakan setuju, dan 16,88% responden menyatakan sangat setuju.

Item 3, sebanyak 5,19% responden menyatakan sangat tidak setuju, 10,38% responden menyatakan tidak setuju, 19,48% responden memberikan jawaban kurang setuju, 32,46% responden menyatakan setuju, dan 32,46% responden menyatakan sangat setuju.

Item 4, sebanyak 3,89% responden menyatakan sangat tidak setuju, 7,79% responden menyatakan tidak setuju, 20,77% responden memberikan jawaban kurang setuju, 46,75% responden menyatakan setuju, dan 20,77% responden menyatakan sangat setuju.

Item 5, sebanyak 2,59% responden menyatakan sangat tidak setuju, 6,49% responden menyatakan tidak setuju, 25,97% responden memberikan jawaban kurang setuju, 41,55% responden menyatakan setuju, dan 23,37% responden menyatakan sangat setuju.

Item 6, sebanyak 5,19% responden menyatakan sangat tidak setuju, 3,89% responden menyatakan tidak setuju, 22,07% responden memberikan jawaban kurang setuju, 44,15% responden menyatakan setuju, dan 24,67% responden menyatakan sangat setuju

Item 7, sebanyak 1,29% responden menyatakan sangat tidak setuju, 5,19% responden menyatakan tidak setuju, 29,87% responden memberikan jawaban kurang setuju, 46,75% responden menyatakan setuju, dan 16,88% responden menyatakan sangat setuju.

Item 8, sebanyak 5,19% responden menyatakan sangat tidak setuju, 6,49% responden menyatakan tidak setuju, 18,18% responden memberikan jawaban kurang setuju, 37,66 % responden menyatakan setuju, dan 32,46% responden menyatakan sangat setuju.

C. Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membangun r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$. dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk. Apabila r_{hitung} untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corected Item Total Correlation* lebih, maka dapat dikatakan valid.

Untuk tingkat validitas, dilakukan tingkat uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedem* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstuk. Pada penelitian ini, besarnya df dapat dihitung dengan $30 - 2$ atau $df=28$ dengan *alpha* 0,1 didapat r_{table} 0.3061. jika r_{hitung} (untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Corelation*) lebih besar dari r_{table} dan nilai r positif maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Instrumen Non Responden

Variabel	Item	Corrected Item- Total Correlation (r hitung)	Keterangan
Kepercayaan (X ₁)	X1.1	0,525	<i>Valid</i>
	X1.2	0,758	<i>Valid</i>
	X1.3	0,622	<i>Valid</i>
	X1.4	0,571	<i>Valid</i>
	X1.5	0,677	<i>Valid</i>
	X1.6	0,579	<i>Valid</i>
Keamanan (X ₂)	X2.1	0,688	<i>Valid</i>
	X2.2	0,560	<i>Valid</i>
	X2.3	0,635	<i>Valid</i>
	X2.4	0,619	<i>Valid</i>
	X2.5	0,589	<i>Valid</i>
	X2.6	0,525	<i>Valid</i>
Persepsi Resiko (X ₃)	X3.1	0,555	<i>Valid</i>
	X3.2	0,739	<i>Valid</i>
	X3.3	0,763	<i>Valid</i>
	X3.4	0,494	<i>Valid</i>
	X3.5	0,450	<i>Valid</i>
	X3.6	0,408	<i>Valid</i>
	X3.7	0,470	<i>Valid</i>
	X3.8	0,464	<i>Valid</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,482	<i>Valid</i>
	Y2	0,631	<i>Valid</i>
	Y3	0,788	<i>Valid</i>
	Y4	0,440	<i>Valid</i>

	Y5	0,520	<i>Valid</i>
	Y6	0,649	<i>Valid</i>
	Y7	0,524	<i>Valid</i>
	Y8	0,511	<i>Valid</i>

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Dari table 4.5 di atas dapat diketahui bahwa besarnya *degree of freedom* (df) dapat dihitung dari $30 - 2$ atau $df = 28$ dengan $\alpha 0,1$ maka didapatkan $r_{\text{tabel}} 0,3061$. Jika r_{hitung} (untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Corelation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r harus positif. Pada tabel diatas dapat dilihat juga bahwa item memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($0,3061$) dan bernilai positif. Dan terdapat beberapa item yang memiliki r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} . Dengan demikian butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid dan tidak valid.

Validitas alat ukur adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dilakukan berkali-kali dan dimana-mana. Ini artinya bahwa alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang diinginkan peneliti. Untuk mencapai tingkat validitas instrumen penelitian, maka alat ukur yang dipakai dalam instrumen juga harus memiliki tingkat validitas tinggi. Apabila dalam uji coba diketemukan kejanggalan-kejanggalan, maka diadakan revisi terhadap instrumen tersebut. Setelah proses ini selesai, barulah instrumen penelitian diperbolehkan digunakan pada penelitian sebenarnya.⁷

Dapat dilihat dari tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa semua item valid, sehingga daftar pertanyaan didalam angket, agar dapat digunakan pada penelitian yang sebenarnya.

⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, KENCANA PRENADAMEDIA GROUP, Jakarta, 2005, hal. 107-108

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Corrected Item- Total Correlation (r hitung)	Keterangan
Kepercayaan (X ₁)	X1.1	0,686	<i>Valid</i>
	X1.2	0,581	<i>Valid</i>
	X1.3	0,672	<i>Valid</i>
	X1.4	0,612	<i>Valid</i>
	X1.5	0,645	<i>Valid</i>
	X1.6	0,650	<i>Valid</i>
Keamanan (X ₂)	X2.1	0,558	<i>Valid</i>
	X2.2	0,475	<i>Valid</i>
	X2.3	0,627	<i>Valid</i>
	X2.4	0,508	<i>Valid</i>
	X2.5	0,530	<i>Valid</i>
	X2.6	0,644	<i>Valid</i>
Persepsi Resiko (X ₃)	X3.1	0,436	<i>Valid</i>
	X3.2	0,550	<i>Valid</i>
	X3.3	0,646	<i>Valid</i>
	X3.4	0,503	<i>Valid</i>
	X3.5	0,410	<i>Valid</i>
	X3.6	0,310	<i>Valid</i>
	X3.7	0,435	<i>Valid</i>
	X3.8	0,487	<i>Valid</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,568	<i>Valid</i>
	Y2	0,636	<i>Valid</i>
	Y3	0,698	<i>Valid</i>
	Y4	0,366	<i>Valid</i>

	Y5	0,379	<i>Valid</i>
	Y6	0,547	<i>Valid</i>
	Y7	0,342	<i>Valid</i>
	Y8	0,486	<i>Valid</i>

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Dari table 4.6 di atas dapat diketahui bahwa besarnya *degree of freedom* (df) dapat dihitung dari $77 - 2$ atau $df = 75$ dengan $\alpha 0,1$ maka didapatkan $r_{\text{tabel}} 0,1888$. Jika r_{hitung} (untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Corelation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r harus positif. Pada tabel diatas dapat dilihat juga bahwa masing-masing item memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,1888) dan bernilai positif. Dengan demikian butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu koesioner dikatakan reliabel jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau hasil stabil dari waktu kewaktu.

Untuk menguji reabilitas instrumen non responden, penulis menggunakan analisis SPSS. Berikut ini hasil pengujian reliabilitas berdasarkan *pilot test* (responden) sebesar 30 orang.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Non Responden

Variabel	Reliability Coefitiens	Alpha	Keterangan
Kepercayaan (X ₁)	6 Item	0.748	<i>Reliabel</i>
Keamanan (X ₂)	6 Item	0,737	<i>Reliabel</i>

Persepsi Resiko (X_3)	8 Item	0,729	<i>Reliabel</i>
Keputusan Pembelian (Y)	8 Item	0,732	<i>Reliabel</i>

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Dengan demikian, semua variabel (X_1 , X_2 , X_3 dan Y) dapat dikatakan reliable.

Untuk menguji reliabilitas instrument responden asli, penulis menggunakan analisis SPSS. Berikut ini hasil pengujian reliabilitas responden asli berdasarkan *pilot test* (responden) sebesar 77 orang.

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefitiens	Alpha	Keterangan
Kepercayaan (X_1)	6 Item	0.757	<i>Reliabel</i>
Keamanan (X_2)	6 Item	0,718	<i>Reliabel</i>
Persepsi Resiko (X_3)	8 Item	0,688	<i>Reliabel</i>
Keputusan Pembelian (Y)	8 Item	0,710	<i>Reliabel</i>

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Dari tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Dengan demikian, semua variabel (X_1 , X_2 , X_3 dan Y) dapat dikatakan reliable.

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah suatu data dianalisa lebih lanjut diperlukan suatu uji asumsi klasik agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak bias.

1. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolonieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan atau saling berkolerasi. Cara yang dipakai untuk medeteksi gejala multikolonieritas adalah dengan melihat VIF (*variance inflation factor*), jika nilai VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil perhitungannya dapat dilihat tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kepercayaan (X_1)	.569	1.756
Keamanan (X_2)	.641	1.561
Persepsi Resiko (X_3)	.552	1.813

Sumber Data: Data Primer yang diolah, 2016

Dari hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan diketahui bahwa nilai tolerance variabel X_1 sebesar 0,569, X_2 sebesar 0,641, X_3 sebesar 0.552 dan VIF masing-masing sebesar 1,756, 1,561, 1,813. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki tolerance kurang dari 10 persen dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikoleritas antar variabel bebas dalam model regresi.

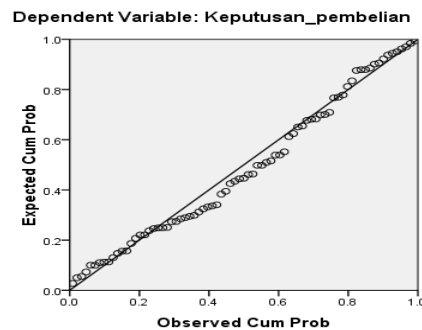
2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal

ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Gambar 4.1
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan Normal Probability Plot pada gambar yang terdapat di lampiran menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier dan korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya) jika terjadi korelasi maka terdapat problem autokorelasi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson.

Tabel 4.10

Hasil Uji Autokorelasi

Koefisien	Nilai
Durbin-Watson	1.885
dL	1,522
dU	1,740

Sumber: Data Primer yang diolah, 2016

Dari hasil pada tabel 4.10 diatas menunjukkan pengujian autokolerasi dengan menggabungkan uji Durbin-Watson atau residual persamaan regresi diperoleh angka d-hitung DW sebesar 1,885 untuk menguji gejala autokolerasi maka angka d-hitung DW sebesar 1,885 tersebut dibandingkan dengan nilai d-teoritis dalam t tabel d-statistik. Durbin-Watson dengan titik signifikansi $\alpha = 5\%$ dari tabel d-statistik Durbin-Watson diperoleh nilai d_L sebesar 1,522 dan d_U 1,740 karena hasil pengujiannya adalah $0 < d < 4-d_L$ ($0 < 1,885 < 2,478$), maka tidak ada autokorelasi positif dan menghasilkan kesimpulan di tolak.

E. Analisis Data Regresi Linear Berganda

Model analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online* di STAIN Kudus Prodi Syari'ah Angkatan 2012. Dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Regresi Linear Berganda

Keterangan	Nilai Koefisien
Konstanta	2,378
Kepercayaan (X_1)	0,347
Keamanan (X_2)	0,208
Persepsi Resiko (X_3)	0,515

Sumber: Data Primer yang diolah, 2016

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi pengaruh sebagai Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online* di STAIN Kudus Jurusan Syari'ah Angkatan 2012 berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2,378 + 0,347X_1 + 0,208X_2 + 0,515X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Kepercayaan

X2 = Keamanan

X3 = Persepsi Resiko

a = Konstanta

e = Variabel independen lain di luar model regresi

Nilai sebesar 2,378 merupakan konstanta, artinya tanpa ada pengaruh dari tiga variabel independen faktor lain, maka variabel Keputusan Pembelian (Y) mempunyai nilai konstanta sebesar 2,378.

Koefisien regresi 0,347 menyatakan bahwa tingkat pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online* di STAIN Kudus Jurusan Syari'ah Angkatan 2012 sebesar 0,347 tanpa dipengaruhi faktor lain.

Koefisien regresi 0,208 menyatakan bahwa tingkat pengaruh Keamanan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online* di STAIN Kudus Jurusan Syari'ah Angkatan 2012 sebesar 0,208 tanpa dipengaruhi faktor lain.

Dan koefisien regresi 0,515 menyatakan tingkat pengaruh Persepsi Resiko Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online* di STAIN Kudus Jurusan Syari'ah Angkatan 2012 sebesar 0,515 tanpa dipengaruhi faktor lain.

1. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Pengujian persial (Uji t) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara individu

berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Uji parsial ini yang terdapat dalam hasil perhitungan. *Ordinary Least Square* (OLS) ditunjukkan dengan t hitung. Secara lebih rinci t hitung dijelaskan dalam tabel sebagai berikut ini:

Tabel 4.12
Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Variabel	T_{hitung}	T_{tabel}	Sig.	Interpretasi
Faktor Kepercayaan (X_1)	4,024	1,666	.000	Berpengaruh
Faktor Keamanan (X_2)	2,126	1,666	.037	Berpengaruh
Persepsi Resiko (X_3)	5,425	1,666	.000	Berpengaruh

Sumber: Data Primer yang diolah, 2016

2. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F .

Kesimpulan diambil dengan melihat F_{hitung} dan F_{tabel} dengan ketentuan:

$F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ ditolak (ada pengaruh)

$F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$ diterima (tidak ada pengaruh)

Tabel 4.13

Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.
57,676	2,73	.000 ^a

Sumber: Data Primer yang diolah, 2016

Dari tabel 4.13 di atas dapat dilihat bahwa besarnya F_{hitung} sebesar 57,676 dan nilai F_{tabel} 2,73 dengan tingkat signifikansi 0,00. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menandakan bahwa ada pengaruh, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk memperkirakan atau meramalkan nilai variabel independen (Y) perlu dilakukan perhitungan variabel-variabel lain yang ikut mempengaruhi Y. dengan demikian antara variabel dependent dan independent tentunya mempunyai hubungan atau korelasi. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) adalah Keputusan Pembelian Produk secara Online selanjutnya variabel independen atau bebas adalah Kepercayaan (X_1), Keamanan (X_2) dan Persepsi Resiko (X_3). Hasil analisis dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien	Nilai
R	.839
Adjusted R square	.691

Sumber: Data Primer yang diolah, 2016

Dari tabel di atas terlihat bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui nilai $R = 0,839$, hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas (Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko) memiliki hubungan terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian Produk Secara Online). Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang kuat. Positif dikarenakan tidak bernilai

negatif, karena positif maka dikatakan searah dengan interpretasi jika variabel (X) meningkat, maka variabel (Y) juga meningkat.

Dapat diketahui pula dari tabel di atas nilai *Adjusted R Square* adalah 0,691. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen (Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*) sebesar 69,1%. Atau ketiga variasi variabel independen yang digunakan dalam model (Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko) mampu menjelaskan sebesar 69,1% variasi variabel dependen (Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*). Sedangkan sisanya 30,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

F. Hasil Penelitian dan Pembahasan.

1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*

Dari hasil uji *t* yaitu untuk variable bebas (Kepercayaan) menunjukkan *t* hitung sebesar 4,024 dengan *t* tabel 1,666 dan *p value* sebesar 0,000 yang berada di bawah 5% tingkat signifikansi. Ini berarti nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel ($4,024 > 1.666$). Dengan demikian Kepercayaan merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan “Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk secara *online* di STAIN Kudus Jurusan Syariah Angkatan 2012”. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa Kepercayaan sangat diperlukan konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk secara *online*. Hal utama yang dipertimbangkan seorang pembeli ketika melakukan kegiatan belanja secara *online* adalah apakah

mereka percaya terhadap situs yang menyediakan fasilitas layanan *online shop* dan percaya pada penjual *online* karena kepercayaan adalah faktor penting dalam membangun dan membina hubungan jangka panjang dan mempengaruhi mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam memutuskan pembelian produk melalui media *online*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dipaparkan Mayer, yang menyatakan bahwa faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga antara lain. Yang pertama, kemampuan (*ability*), dalam hal ini bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Yang kedua, kebaikan hati (*benevolence*) yaitu, kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Yang ketiga, integritas (*integrity*) yaitu, bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjelaskan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen, apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak.

Hasil uji regresi menunjukkan hasil positif dan signifikan pada variabel Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian yakni sebesar 0,000 lebih kecil dari toleransi kesalahan yaitu 0,05. Pengaruh yang ditimbulkan bersifat positif dan signifikan, artinya Kepercayaan sangat dibutuhkan oleh mahasiswa STAIN Kudus Jurusan Syari'ah Angkatan 2012 dalam memutuskan membeli produk secara online.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dikemukakan Denny Ardyanto, Heru Susilo, Riyadi (2014) dengan judul "Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Survei Pada Konsumen [www. Patersaydenim.com](http://www.Patersaydenim.com))" yang menyatakan bahwa semakin tingginya tingkat kepercayaan konsumen maka keputusan pembelian secara online oleh

konsumen juga akan mengalami peningkatan. Tingginya tingkat kepercayaan konsumen tersebut menunjukkan bahwa fasilitas yang diberikan oleh *website / online shop* memberikan dukungan kepada konsumennya untuk selalu menggunakan *website/online shop* tersebut, diantaranya adalah *website* memberikan fasilitas keamanan kepada konsumen dalam melakukan transaksi pembelian secara *online* dan memiliki tingkat resiko yang rendah.

2. Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*.

Dari hasil uji *t* yaitu untuk *variable* bebas (Kepercayaan) menunjukkan *t* hitung sebesar 2,126 dengan *t* tabel 1,666 dan *p value* sebesar 0,037 yang berada di bawah 5% tingkat signifikansi. Ini berarti nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel ($2,126 > 1.666$). Dengan demikian Keamanan merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan “Keamanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk secara *online* di STAIN Kudus Jurusan Syariah Angkatan 2012” Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa keamanan sangat dibutuhkan konsumen dalam melakukan pembelian melalui media *online*. Dimana konsumen tidak akan melakukan pembelian tanpa adanya jaminan keamanan. Karena tanpa jaminan keamanan yang memadai tentunya akan menimbulkan kekhawatiran pada konsumen, yang pada akhirnya menghalangi mereka untuk melakukan pembelian. Hal inilah yang menjadikan faktor keamanan sangat diperlukan pada saat konsumen akan memutuskan pembelian melalui media *online*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori I Putu Eka Pratama dalam bukunya yang berjudul *E-commerce, E-bisnis dan Mobile Commerce*, yang

menjelaskan bahwa Keamanan adalah hal yang mutlak disediakan oleh para pelaku bisnis, baik produk, layanan, maupun keduanya. Keamanan memberikan kenyamanan pada pengguna (atau dalam hal ini konsumen) dan meningkatkan kepercayaan konsumen (*costumer trust*), yang berujung kepada peningkatan jumlah penjualan. Sebuah layanan yang aman dan nyaman, akan menumbuhkan kepercayaan konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai pula dengan yang dipaparkan Isnaini Putra Baskara yang dikutip dari Raman Arasu dan Viswanathan A. (2011) melalui studi yang dilakukan pada konsumen *online* di Malaysia, menemukan bahwa faktor keamanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian secara *online*. Dimana konsumen tidak akan melakukan pembelian tanpa adanya jaminan keamanan. Karena tanpa jaminan keamanan yang memadai tentunya akan menimbulkan kekhawatiran pada konsumen, yang pada akhirnya menghalangi mereka untuk melakukan pembelian. Dan sebaliknya ketika *webstore* mampu meningkatkan keamanan dan memberikan jaminan kepada konsumennya maka keyakinan konsumen dalam berbelanja pun akan meningkat

Hasil uji regresi menunjukkan hasil signifikan pada variabel Keamanan terhadap Keputusan Pembelian yakni sebesar 0,037 lebih kecil dari toleransi kesalahan yaitu 0,05. Pengaruh yang ditimbulkan bersifat positif dan signifikan, artinya Keamanan pembelian melalui *online shop* dibutuhkan oleh mahasiswa STAIN Kudus Jurusan Syari'ah Angkatan 2012 dalam memutuskan membeli produk secara *online*.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Isnaini Putra Baskara, menunjukkan tidak ada pengaruh positif dan signifikan. Yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa banyak konsumen yang kurang mengerti bahkan mengabaikan kemampuan keamanan *webstore* dalam mengelola dan menjaga data pribadi konsumen dengan

baik, walau kenyataannya sebagian besar *webstore* adalah pengusaha mikro, kecil, dan menengah yang umumnya belum memiliki sistem keamanan yang memadai untuk mengelola data pribadi konsumen. Konsumen seolah-olah sudah percaya dan yakin terhadap penjual saat pelayanan dan pemberian informasi tentang produk yang diinginkan konsumen. Pada akhirnya kualitas pelayanan yang baik dapat mengurangi bahkan menghilangkan faktor keamanan. Dapat disimpulkan bahwa sistem keamanan dari *webstore* yang tinggi atau yang rendah tidak ada pengaruhnya terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial.

3. Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*.

Dari hasil uji *t* yaitu untuk variable bebas (Persepsi Resiko) menunjukkan *t* hitung sebesar 5,425 dengan *t* tabel 1,666 dan *p value* sebesar 0,000 yang berada di bawah 5% tingkat signifikansi. Ini berarti nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel ($5,425 > 1.666$). Dengan demikian Persepsi Resiko merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan “Persepsi Resiko memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk secara *online* di STAIN Kudus Jurusan Syariah Angkatan 2012”, Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa Pemahaman persepsi akan resiko sangat dibutuhkan khususnya saat melakukan pembelian secara *online*, karena pembelian ini tidak seperti proses pembelian di toko langsung bertatap muka antara penjual dan pembeli. Sehingga konsumen dituntut untuk lebih siap dengan konsekuensinya dimana konsumen tidak dapat mengantisipasi dengan suatu perkiraan yang pasti. Dapat disimpulkan bahwa pemahaman

persepsi resiko yang tinggi akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian melalui media *online*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh Oktavianingrum, Maria M Minarsih, Moch. Mukeri Warso, yang menyatakan bahwa kemungkinan kerugian yang akan diterima konsumen karena tidak adanya kepastian dari hal yang diputuskannya. Persepsi akan resiko merupakan anggapan risiko yang menghadirkan penilaian seseorang akan adanya kemungkinan atas hasil positif ataupun negatif dari suatu transaksi atau situasi, serta sebuah bentuk multidimensional yang terdiri dari risiko produk dan keuangan dalam belanja daring (belanja *online*).

Hasil uji regresi menunjukkan hasil signifikan pada variable Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian yakni sebesar 0,000 lebih kecil dari toleransi kesalahan yaitu 0,05. Pengaruh yang ditimbulkan bersifat positif dan signifikan, artinya Persepsi Resiko dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk melalui *online shop*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Isnaini Putra Baskara, Guruh Taufan Hariyadi, yang berjudul “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Websites*) (Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang), yang menyatakan bahwa pemahaman persepsi akan resiko sangat dibutuhkan khususnya saat melakukan pembelian online, karena pembelian ini tidak seperti proses pembelian di toko yang langsung bertatap muka antara penjual dan pembeli. Sehingga konsumen dituntut untuk lebih siap dengan konsekuensinya dimana konsumen tidak dapat mengantisipasi dengan suatu perkiraan yang pasti. Dapat disimpulkan bahwa pemahaman persepsi akan resiko yang tinggi akan mempengaruhi keputusan pembelian melalui jejaring sosial.

G. Implikasi Penelitian

1. Teoritis

Implikasi teoritis dari penelitian ini bermanfaat terhadap keputusan pembelian produk secara online, yang menunjukkan bahwa untuk mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*. Harus memperhatikan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Secara *Online* dari konsumen.

2. Praktis

Dalam penelitian ini, hasil akhir memberikan implikasi secara praktis sebagai berikut:

- a. Penelitian ini juga mengindikasikan bahwa faktor Kepercayaan, Keamanan maupun Persepsi Resiko memberikan pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk secara *Online* pada mahasiswa maupun masyarakat secara luas.
- b. Untuk penelitian yang akan datang, diharapkan dapat mempertajam permasalahan mengenai Keputusan Pembelian Produk Secara *Online* pada mahasiswa maupun masyarakat secara luas.
- c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan yang bermanfaat bagi mahasiswa/masyarakat dan perusahaan maupun UMKM yang menggunakan pemasaran lewat media *online*, bagaimana pengaruh kepercayaan, keamanan dan persepsi resiko dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk secara *online*, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dalam penjualan melalui media *online*.