

**PENGARUH PENDAPATAN, KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT  
MELALUI APLIKASI ATAMTECH  
DI ACEH TAMIANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam  
Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana (S.E)**

**Oleh :  
Riona Putri  
4022019092**



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
TAHUN AJARAN 2024**

**PERSETUJUAN**

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH PENDAPATAN, KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT MELALUI  
APLIKASI ATAMTECH**

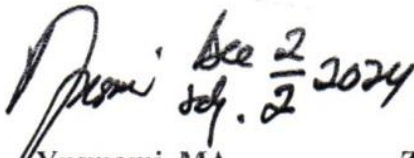
Oleh :

Riona Putri  
NIM : 4022019092

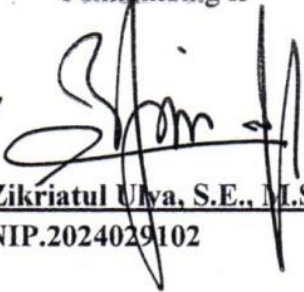
Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Disetujui Oleh :

Pembimbing I

  
Yasmami, MA  
NIP.197303181999051001

Pembimbing II

  
Zikriatul Ulya, S.E., M.Si  
NIP.2024029102

Mengetahui  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

  
Chahayu Astina, M.Si  
NIP. 19411232019032007

## LEMBAR PENGESAHAN

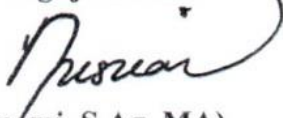
Skripsi\_ Berjudul “PENGARUH PENDAPATAN,KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT MELALUI APLIKASI ATAMTECH DI ACEH TAMIANG" an. RIONA PUTRI , NIM 4022019092 Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada 20 Februari 2024. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah.

Langsa, 20 Februari 2024

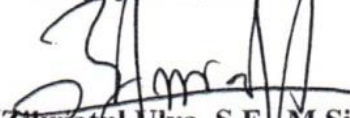
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Langsa

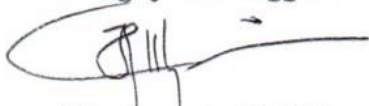
Penguji I/Ketua

  
(Yusmami, S.Ag, MA)  
NIP.197303181999051001

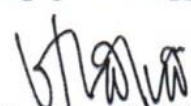
Penguji II/Sekretaris

  
(Zikriatul Ulya, S.E., M.Si)  
NIDN.1022024019

Penguji III/Anggota

  
(Nurjannah, M. Ek)  
NIP.198806262019082000

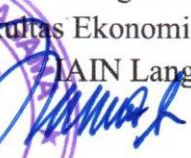
Penguji IV/Anggota

  
(Mastura, M.E.I)  
NIDN.2013078701



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Langsa

  
Dr. Muhammad Amin, S. Th. M.A

NIP. 19820205 200710 1 001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Riona Putri

NIM : 4022019092

Pekerjaan : Mahasiswi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENDAPATAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT MELALUI APLIKASI ATAMTECH DI ACEH TAMIANG”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 09 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Riona Putri

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pendapatan, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat beli masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner dengan pengukuran skala likert dengan populasi dalam penelitian ini ialah masyarakat Aceh Tamiang. Sampel diambil menggunakan randomsampling dan sebanyak 250 orang yang menjadi sampel pada penelitian ini. Data menggunakan metode regresi linier berganda, uji deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji linearitas, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan software SPSS 29.0.2.0. berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pendapatan (X1) terhadap minat beli masyarakat (Y) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan. Kualitas pelayanan (X2) terhadap minat beli masyarakat (Y) memiliki pengaruh yang signifikan. Kepercayaan (X3) terhadap minat beli masyarakat (Y) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan nilai reliabilitas uji pendapatan sebesar 0,787, kualitas pelayanan sebesar 0,873, kepercayaan sebesar 0,704 dan minat beli masyarakat sebesar 0,838.

**Kata Kunci : Pendapatan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Minat Beli**

## **ABSTRACT**

This research aims to find out how income, service quality and trust influence people's buying interest through the Atamtech application in Aceh Tamiang. The approach used in this research is quantitative research. The data source used is primary data obtained through a questionnaire with Likert scale measurements with the population in this study being the people of Aceh Tamiang. Samples were taken using random sampling and 250 people were sampled in this study. Data used multiple linear regression methods, descriptive tests, normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, autocorrelation tests, linearity tests, t tests, f tests, and coefficient of determination tests using SPSS 29.0.2.0 software. Based on the research results, it can be concluded that income (X1) on people's buying interest (Y) partially has a significant influence. Service quality (X2) on people's buying interest (Y) has a significant influence. Trust (X3) on people's buying interest (Y) partially has a significant influence. With an income test reliability value of 0.787, service quality of 0.873, trust of 0.704 and public buying interest of 0.838.

**Keywords: Income, Service Quality, Trust and Purchase Intention**

## **KATA PENGANTAR**

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH PENDAPATAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT MELALUI APLIKASI ATAMTECH” dengan baik. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam kebodohan menuju alam yang berilmu pengetahuan.

Skripsi iniditulis sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, serta selesai berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA, selaku Rektor pada Institut Agama Islam Negeri Langsa (IAIN) Langsa.
2. Bapak Dr. Muhammad Amin, S.TH., M.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.
3. Ibu Chahayu Astina, M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.
4. Bapak Yusmami, MA. selaku dosen pembimbing I, yang telah memberikan motivasi, petunjuk dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Zikriatul Ulya, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan motivasi, petunjuk dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Akmal, S.H.I, M.E.I selaku kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Program Studi Ekonomi Syariah S1 yang telah memberikan bekal berbagai teori, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
8. Segenap Staff TU Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan kemudahan administrasi bagi peneliti selama masa perkuliahan.
9. Ucapan terima kasih kepada alm.Bapak Ridwan HS dan Ibu Rohana AS, yang telah menjadi orang tua terhebat yang selalu dan akan terus memberikan dukungan, nasehat, cinta, perhatian, dan juga kasih sayang serta doa kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Keluarga, sahabat, teman saya Cut Geubrina Salsabila Chairani, Rizka Aprilia, Fitri Ulfia, dan Alifa tariza yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini kerabat dan orang-orang terdekat terbaik pada Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan bantuan, dukungan baik yang moril maupun materil pada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Apabila nantinya terdapat kekurangan dan kesilapan dalam penulisan skripsi ini akibat dari keterbatasan pengetahuan dan kesilapan penulis, penulis terlebih dahulu mohon maaf dan mengharapkan masukan yang bersifat membangun guna memperbaiki tulisan ini. Akhir kata, kepada Allah SWT kita berserah diri. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Langsa, 2024  
Penulis,

Riona Putri

## DAFTAR ISI

|                                                       |             |
|-------------------------------------------------------|-------------|
| <b>PERSETUJUAN.....</b>                               | <b>i</b>    |
| <b>PENGESAHAN .....</b>                               | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERSYARATAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>      | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                  | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                            | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                               | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                             | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                             | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                          | <b>xv</b>   |
| <b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>                      | <b>1</b>    |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....                     | 1           |
| 1.2. Identifikasi Masalah .....                       | 6           |
| 1.3. Batasan Masalah .....                            | 6           |
| 1.4. Rumusan Masalah .....                            | 7           |
| 1.5. Tujuan Penelitian .....                          | 7           |
| 1.6. Manfaat Penelitian .....                         | 8           |
| 1.7. Penjelasan Istilah .....                         | 9           |
| 1.8. Sistematika Penulisan .....                      | 10          |
| <b>BAB II : LANDASAN TEORI.....</b>                   | <b>12</b>   |
| 2.1. Pendapat.....                                    | 12          |
| 2.1.1. Pengertian Pendapat .....                      | 12          |
| 2.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapat ..... | 13          |

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.3. Indikator Pendapatan.....                               | 14        |
| 2.2. Kualitas Pelayanan .....                                  | 15        |
| 2.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....                     | 15        |
| 2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan..... | 16        |
| 2.2.3. Indikator Kualitas Pelayanan .....                      | 18        |
| 2.3. Kepercayaan .....                                         | 19        |
| 2.3.1. Pengertian Kepercayaan .....                            | 19        |
| 2.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan.....        | 21        |
| 2.3.3. Indikator Kepercayaan .....                             | 22        |
| 2.4. Minat Masyarakat.....                                     | 23        |
| 2.4.1. Pengertian Minat Masyarakat.....                        | 23        |
| 2.4.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat .....  | 25        |
| 2.4.3. Indikator Minat Masyarakat .....                        | 25        |
| 2.5. Penelitian Terdahulu.....                                 | 26        |
| 2.6. Kerangka Teori.....                                       | 30        |
| 2.7. Hipotesis.....                                            | 31        |
| <b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>                        | <b>32</b> |
| 3.1. Pendekatan Penelitian.....                                | 32        |
| 3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....                         | 32        |
| 3.3. Populasi dan Sampel .....                                 | 33        |
| 3.3.1. Populasi .....                                          | 33        |
| 3.3.2. Sampel.....                                             | 33        |
| 3.4. Teknik Analisis Data .....                                | 34        |

|                                                                 |           |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.5. Sumber Data Penelitian .....                               | 35        |
| 3.5.1. Data Primer.....                                         | 35        |
| 3.5.2. Data Sekunder .....                                      | 35        |
| 3.6. Defenisi Operasional Variabel .....                        | 35        |
| 3.7. Metode Analisa Data .....                                  | 37        |
| 3.7.1. Observasi .....                                          | 37        |
| 3.7.2. Kuesioner.....                                           | 38        |
| 3.7.3. Dokumentasi.....                                         | 38        |
| 3.8. Metode Analisis Regresi Linier Berganda .....              | 39        |
| 3.9. Uji Asumsi Klasik .....                                    | 40        |
| 3.10. Uji Instrumen Penelitian.....                             | 43        |
| 3.11. Uji Hipotesis.....                                        | 45        |
| <b>BAB IV : HASIL PENELITIAN .....</b>                          | <b>47</b> |
| 4.1. Gambaran Umum Aplikasi Atamtech .....                      | 47        |
| 4.2. Visi dan Misi Aplikasi Atamtech .....                      | 48        |
| 4.3. Deskripsi Data Penelitian dan Karakteristik Responden..... | 49        |
| 4.4. Teknik Analisis Data .....                                 | 54        |
| 4.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....                               | 56        |
| 4.6. Uji Hipotesis.....                                         | 64        |
| 4.7. Interpretasi Hasil Penelitian .....                        | 67        |
| <b>BAB V : PENUTUP .....</b>                                    | <b>70</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....                                           | 70        |
| 5.2. Saran.....                                                 | 70        |

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> | <b>72</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>       | <b>77</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                              | 26 |
| Tabel 3.1 Defenisi Operasional.....                               | 36 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....           | 49 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 51 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....    | 51 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....     | 52 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....     | 53 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....                                | 54 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....                            | 59 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas .....                              | 61 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas .....                       | 62 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....                 | 63 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji t .....                                      | 66 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji f.....                                       | 67 |
| Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....               | 67 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....                               | 30 |
| Gambar 4.1 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Usia .....         | 50 |
| Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan Histogram.....                    | 57 |
| Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas dengan <i>Scatterplot</i> ..... | 62 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                               |     |
|-----------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....          | 77  |
| Lampiran 2 Hasil Regresi Olah Data SPSS ..... | 82  |
| Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner .....      | 94  |
| Lampiran 4 Foto Dokumentasi.....              | 121 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Di era digital yang terus berkembang saat ini membuat seluruh aktivitas manusia menggunakan *interconnected network* (internet). Hampir semua hal yang dilakukan manusia memerlukan internet, internet bisa membantu manusia untuk melakukan sesuatu dengan lebih mudah dan cepat. Internet adalah media atau sistem informasi yang saling berhubungan dan terkoneksi secara global memberikan penggunanya lebih leluasa untuk memberi informasi dan menerima informasi secara bebas.<sup>1</sup>

Internet merupakan jaringan komunikasi yang menghubungkan digital dengan jaringan internet diseluruh dunia yang memungkinkan berbagi informasi dan komunikasi dari mana saja dan dengan siapa saja. Dalam ruang lingkup bisnis hal yang paling membuat pekerjaan semakin cepat terselesaikan dalam waktu dekat dengan menggunakan internet yaitu berbelanja barang secara *Online*, belanja secara online dengan menggunakan platform *e-commerce*.

*E-commerce* adalah sebuah sistem atau aplikasi yang tempat melakukan aktivitas jual beli melalui internet. Pertumbuhan *e-commerce* yang begitu pesat membuat banyak penjual baik kecil maupun besar yang menjual produknya melalui platform *e-commerce* salah satunya adalah Atamtech. Akibatnya, persaingan yang ketat terjadi antara penjual untuk mengiklankan dan mempromosikan produknya agar terlihat menarik atau minat beli konsumen.

---

<sup>1</sup> Riris Magdalena dan Suhardi, Ekuivalensi: *Jurnal Ekonomi Bisnis, Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Tokopedia Di Batam*, Vol.06 No. 1 ( Batam, April 2020), h. 119.

*Atamtech* adalah salah satu aplikasi pesan antar makanan yang hadir di Aceh Tamiang berbasis *online* ialah aplikasi *Atamtech*. Seiring dengan perkembangan teknologi, dimana terjadi perubahan di bidang teknologi dan informasi yaitu internet bukan hanya sebagai sarana komunikasi tetapi juga sebagai media pencarian informasi yang memenuhi kebutuhan manusia. Hal ini disebabkan karena belanja online membebaskan konsumen dari kunjungan ke toko yang memerlukan waktu yang lama serta mereka harus keluar dari rumah untuk mendapatkan barang yang diinginkan.<sup>2</sup>

Aplikasi *Atamtech* merupakan layanan *delivery* berbasis online yang ada di Aceh Tamiang yang didirikan pada tahun 2018. Pada Aplikasi ini, terdapat layanan pesan antar makanan yang dikembangkan langsung oleh perusahaan, dimana ia juga merupakan *start-up* aplikasi digital utama yang terdapat di Aceh Tamiang.

Pelayanan *Atamtech* berbasis pesan antar mempermudah masyarakat Aceh Tamiang dalam melakukan pembelian makanan. Hanya dengan *mendownload* aplikasi *Atamtech* konsumen bisa langsung memesan produk yang diinginkan sehingga tidak perlu datang langsung ke toko. Proses membeli melalui media internet adalah ketika konsumen yang berpotensi menggunakan internet dan mencari-cari informasi yang berkaitan dengan barang atau jasa yang mereka butuhkan.

Minat beli merupakan sebuah akal kepentingan yang dialami oleh konsumen suatu produk (barang atau jasa) yang dipengaruhi oleh sikap dari

---

<sup>2</sup> Sri Sundari, *PENGARUH PENDAPATAN DAN MINATBELI TERHADAP PERILAKU BELANJA ONLINE PADA MASYARAKAT KOTA BANDAR LAMPUNG DIMASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*, (Bandar Lampung, 20 Februari 2022), h. 6.

konsumen itu sendiri. Minat beli akan membuat konsumen mempunyai respon yang menunjukkan adanya keinginan, perhatian, ketertarikan, pengambilan keputusan, dan tindakan terhadap produk untuk melakukan pembelian. Dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan pembelian sejumlah produk.<sup>3</sup> Minat beli dikota Kuala Simpang sangat antusias menggunakan *Atamtech*. Karena lebih cepat dan mudah. Akan tetapi minat beli dipengaruhi oleh adanya faktor pendapatan.

Pendapatan adalah penghasilan berupa upah atau gaji, bunga, sewa, keuntungan, dan merupakan aliran uang yang diukur dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan merupakan aspek penting dalam kehidupan sehari-hari.<sup>4</sup> Pendapatan dari masyarakat itu sendiri dapat menentukan tingkat minat beli masyarakat. Hal ini dipengaruhi oleh faktor tingkat pendapatan yang diperoleh. Semakin banyak pendapatan yang diperoleh maka semakin tinggi minat beli yang terjadi.

Berdasarkan wawancara dari salah satu masyarakat Aceh Tamiang, “ Saya merupakan salah seorang yang memiliki pendapatan bersumber dari hasil penjualan yang saya dapatkan, dikarenakan pendapatan saya yang baik maka minat beli terhadap *Atamtech* juga sangat baik””. Minat beli yang baik juga didasari oleh kualitas pelayanan yang ada pada layanan *Atamtech*.<sup>5</sup>

Kualitas pelayanan merupakan kinerja yang ditawarkan seseorang kepada orang lain. Kinerja merupakan tindakan tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang dan terhadap siapapun. Perilaku ini bertujuan untuk

---

<sup>3</sup> FN Muna, *Trend Belanja Online Dikalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial*, (Universitas Islam Indonesia, 2019), h. 5.

<sup>4</sup> Bahrin, Universitas Andalas (2016:3), h. 1.

<sup>5</sup> Zulfikar, Masyarakat Aceh Tamiang, wawancara di Aceh Tamiang, tanggal 20 November 2023

tercapainya kepuasan pelanggan, baik pelayanan saat pemilihan produk maupun setelah melakukan transaksi.<sup>6</sup> Keluhan yang sering diterima dari para konsumen mengenai kualitas pelayanan seperti wawancara bersama fadli yaitu “ mengenai keterlambatan penerimaan pesanan dan juga pengantaran yang dilakukan oleh driver”.<sup>7</sup> Jika layanan bertaraf tinggi atau melebihi harapannya maka dapat diartikan bahwa kualitas layanannya adalah sangat baik dan jika sebaliknya jasa ataupun barang yang diterima tersebut rendah atau kurang memuaskan konsumen, maka kualitas layanannya dapat dikatakan buruk. Kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan kepercayaan mengenai keinginan konsumen untuk berbelanja di Atamtech.

Sangat mudah jika Atamtech memiliki pelanggan tetap, karena dengan hal ini akan memudahkan untuk menarik minat pengunjung pada aplikasi tersebut, kepercayaan pelanggan diyakini oleh produsen dapat mengandalkan aplikasi tersebut walaupun ada kemungkinan berisiko, tetapi konsumen meyakini bahwa aplikasi ini bisa memenuhi kebutuhan dan tanggung jawab yang diberikan.<sup>8</sup>

Konsumen yang memiliki minat untuk membeli barang menunjukkan sikap ketertarikan terhadap suatu barang tersebut. Bahwa minat konsumen terhadap suatu barang akan terealisasi dengan perilaku konsumen untuk membeli

---

<sup>6</sup> Suryani, Kiranti, *Kualitas Pelayanan...*<https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.519>.h. 17.

<sup>7</sup> Muhammad Fadli 2023, Masyarakat Aceh Tamiang, wawancara di Aceh Tamiang, tanggal 22 November 2023

<sup>8</sup> Ade Junita, *Pengaruh Iklan, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada* (Batam, 22 Juni 2020). H. 2-5.

barang. Jadi, transaksi pembelian barang *online* maupun *offline* akan ada perbedaan yang mempengaruhi minat konsumen.<sup>9</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Rifa, menyatakan bahwa “minat masyarakat Aceh Tamiang menggunakan aplikasi *Atamtech* masih minim, dikarenakan sebagian dari mereka mungkin belum mengetahui bahkan memahami aplikasi tersebut. Apalagi di zaman sekarang ini kita menginginkan proses yang cepat (*instant*), maka dari itu alternatif yang digunakan untuk pemesanan jasa *online* melalui media *whatsapp*”. Sedangkan pada aplikasi *Atamtech* pemesanan dilakukan melalui aplikasi yang mana kita harus *mendownloadnya* terlebih dahulu sebelum melakukan pemesanan.<sup>10</sup>

Kondisi saat ini masyarakat yang ingin membeli produk makanan merasa kesulitan dalam memilih layanan pesan antar makanan *online* yang terbaik. *Fitur* dan tampilan serta penjelasan pada aplikasi pesan antar makanan *online* adalah salah satu faktor yang penting yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih layanan pesan antar makanan *online*. Jika masyarakat merasa diberikan kemudahan dalam penggunaannya maka tidak menutup kemungkinan aplikasi tersebut yang dipilih dan banyak digunakan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka disimpulkan bahwa peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PENDAPATAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN**

---

<sup>9</sup> Sri Sundari, *PENGARUH PENDAPATAN DAN MINAT BELI TERHADAP PERILAKU BELANJA ONLINE PADA MASYARAKAT KOTA BANDAR LAMPUNG DIMASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*, (Bandar Lampung , 20 Februari 2022), h. 8.

<sup>10</sup> Rifa, Masyarakat Aceh Tamiang, wawancara di Aceh Tamiang, tanggal 28 November 2023

## **TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT MELALUI APLIKASI ATAMTECH DI ACEH TAMIANG”.**

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dikemukakan diatas dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut :

#### **1. Pendapatan**

Aplikasi *Atamtech* memberikan harga yang terjangkau untuk masyarakat yang memiliki pendapatan tinggi dan rendah, namun masyarakat yang memiliki pendapatan rendah juga masih kurang berminat untuk membeli produk tersebut.

#### **2. Kualitas Pelayanan**

Aplikasi *Atamtech* menyediakan pelayanan sesuai dengan kebutuhan para konsumen nya, walaupun pelayanan yang diberikan ada yang secara cepat dan ada juga yang kurang cepat dikarenakan beberapa kendala yang terjadi.

#### **3. Kepercayaan**

Sebagian masyarakat Aceh Tamiang masih ada yang belum mempercayai aplikasi *Atamtech* untuk membeli produk yang ada pada aplikasi hanya karena tertarik atau keinginan bukan untuk kebutuhannya.

### **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, peneliti memberikan batasan permasalahan agar dalam pembahasan penelitian dapat mencapai sasaran yang

diharapkan. Oleh karena itu, batasan permasalahan yang diangkat oleh peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengaruh Pendapatan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Masyarakat melalui Aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang.
2. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen (masyarakat yang menggunakan dan yang tidak menggunakan aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang).

#### **1.4. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap minat beli masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang ?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat beli masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang ?
4. Bagaimana pengaruh pendapatan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap minat beli masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang ?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pendapatan terhadap minat masyarakat menggunakan aplikasi Atamtech.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menggunakan aplikasi Atamtech.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat menggunakan aplikasi Atamtech.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pendapatan, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat masyarakat menggunakan aplikasi Atamtech.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian dalam skripsi ini adalah :

1. Secara Teoritis

Untuk memberikan informasi mengenai hal-hal yang perlu diteliti dengan rinci dan jelas tentang pengaruh pendapatan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap minat masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang.

2. Secara Praktis

- a. Berbagai informasi kepada pihak yang membutuhkan mengenai pengaruh pendapatan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap minat masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang.
- b. Sebuah wujud penerapan dari teori yang telah didapatkan selama perkuliahan yang kemudian diaplikasikan untuk permasalahan yang telah ataupun sedang terjadi di lingkungan masyarakat serta untuk menjawab seluruh permasalahan yang sedang dihadapi.

- c. Memenuhi salah satu syarat tugas akhir mahasiswa IAIN Langsa dalam menyelesaikan perkuliahan sarjana pada prodi ekonomi syariah.

### 1.7. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari jenis penafsiran makna dan kata yang berbeda dalam skripsi ini, maka peneliti akan menguraikan beberapa istilah yang digunakan dalam judul skripsi ini, yaitu :

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.<sup>11</sup>
2. Pendapatan adalah semua penerimaan, baik tunai maupun bukan tunai yang merupakan hasil dan penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu.<sup>12</sup>
3. Kualitas Pelayanan adalah landasan utama buat mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika dapat menyediakan barang atau jasa sesuai dengan cita-cita pelanggan.<sup>13</sup>
4. Kepercayaan adalah ekspektasi atau pengharapan positif bahwa orang lain tidak melalui kata-kata, tindakan, dan kebijakan bertindak secara oportunitik.<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> <https://Kbbi.Web.id/pengaruh>

<sup>12</sup> Ahmad Ilham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi SYariah*, (Jakarta : Gramedi Pustaka Utama, 2013). h.621

<sup>13</sup> Mawardi Sigit, "Marketing Syariah sebagai Jiwa Bisnis", dalam *Jurnal Salimiya*. Vol. 4, No. 2. (2019). h. 158.

<sup>14</sup> Ahmad Mukhlis dan Irfan, *Analisis factor yang mempengaruhi tingkat kepatuhan membayar zakat*, (Bogor, Departemen Ilmu Ekonomi, 2013) h. 83.

5. Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan.<sup>15</sup>
6. Beli adalah memperoleh sesuatu melalui penukaran atau pembayaran dengan uang.<sup>16</sup>
7. Jasa pesan antar online adalah suatu kegiatan ataupun tindakan yang tidak berwujud, tidak bisa diraba, namun bisa diidentifikasi, direncanakan dan dilakukan untuk memenuhi suatu permintaan dan juga kepuasan pelanggan.<sup>17</sup>

### **1.8. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambar yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam setiap bab, adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi penjelasan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah serta sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas teori tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar teori analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis.

---

<sup>15</sup> <https://Kbbj.web.id/minat.html>

<sup>16</sup> <https://Kbbj.web.id/beli.html>

<sup>17</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Pustaka Ilmu, 2017), h. 41.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi penjelasan mengenai jenis penelitian, jenis data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil analisis dari pengolahan data baik analisis secara deskriptif dan analisis pengujian hipotesis yang telah dilakukan serta analisa pembahasan mengenai variabel penelitian.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1. Gambaran Umum Aplikasi Atamtech

Atamtech merupakan layanan pesan antar makanan yang menyediakan jasa pesan antar makanan untuk warga sekitar Aceh Tamiang. Di Aceh Tamiang layanan Atamtech ialah pengembangan aplikasi pemesanan delivery order makanan secara online dengan patner Atamtech. Atamtech pada dasarnya adalah sebuah aplikasi yang menghubungkan pengguna yang ingin memesan makanan dengan driver terdekat. Aplikasi ini juga akan menghitung harga yang anda (sebagai pelanggan) perlu bayarkan berdasarkan jarak (kilometer) antara posisi anda saat ini dengan tujuan yang anda masukkan kedalam aplikasi. Aplikasi ini hanya tersedia di Play Store.<sup>73</sup>

Cara pesan Atamtech pertama kali :

1. Pastikan sudah download dan install aplikasi Atamtech
2. Pilih layanan Atamtech
3. Temukan berbagai produk makanan melalui kolom pencarian yang dapat kamu temukan di halaman utama aplikasi Atamtech
4. Pilih makanan yang kamu inginkan
5. Klik tombol “tambah” untuk menambahkan menu makanan yang ingin kamu beli
6. Jika sudah selesai memilih makanan, klik tombol “tambahkan ke troli” untuk melanjutkan ke halaman *checkout*

---

<sup>73</sup> Fadlin Noer, owner aplikasi Atamtech Aceh Tamiang, 2023.

7. Pastikan pesanan kamu sudah selesai ya. Klik tombol “pesan” untuk memesan
8. Jika sudah menemukan driver maka akan mengkonfirmasi kembali pesanan yang sudah dipesan

## **4.2. Visi dan Misi**

### **1. Visi**

Membantu mengelola sistem delivery lokal di Aceh Tamiang, memberikan kemudahan kepada masyarakat Tamiang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti pesan antar makanan, belanja kebutuhan harian, pengantaran paket dan lainnya, serta turut membantu para UMKM lokal yang ada di Aceh Tamiang dan sekitarnya untuk maju dan terus berkembang

### **2. Misi**

1. Menjadikan CV.Atamtech sebagai jasa delivery makanan pertama berbasis aplikasi android dalam melayani masyarakat Aceh Tamiang
2. Menjadikan CV.Atamtech sebagai contoh delivery yang menggunakan kemajuan teknologi
3. Meningkatkan kesadaran masyarakat atas pentingnya teknologi dalam memudahkan memenuhi kebutuhan sehari-hari
4. Memberikan layanan dan solusi terbaik di tengah-tengah masyarakat
5. Menjadikan wadah informasi seputar kuliner yang ada di Aceh Tamiang<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Fadlin Noer, owner aplikasi Atamtech Aceh Tamiang, 2023.

### 4.3. Deskripsi Data Penelitian dan Karakteristik Responden

#### 4.3.1. Deskriptif Data Penelitian

Data penelitian yang terkumpul dan digunakan sebagai olah data dalam penelitian ini, penelitian memperoleh dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang kita temui dan juga menyebarkannya kepada masyarakat yang dianggap masuk dalam sampel tujuan penelitian. Karakteristik responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data berdasarkan kriteria usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Adapun kriteria tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

##### 1. Usia

Adapun data mengenai usia responden melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagaimana tabel berikut ini :

**Tabel 4.1**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| Usia  |          |           |         |               |                    |
|-------|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |          | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | > 40 Tah | 26        | 10,4    | 10,4          | 10,4               |
|       | 16 - 20  | 65        | 26,0    | 26,0          | 36,4               |
|       | 20 - 30  | 110       | 44,0    | 44,0          | 80,4               |
|       | 30 - 40  | 49        | 19,6    | 19,6          | 100,0              |
|       | Total    | 250       | 100,0   | 100,0         |                    |

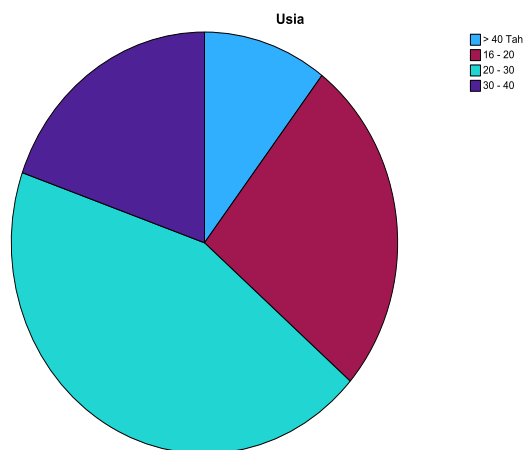
Sumber : Data primer yang diolah spss 2024

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar konsumen yang diambil sebagai sampel responden memberikan informasi bahwa responden berkisar usia 16-20 tahun sebanyak 65 pengguna,

responden berusia 20-30 tahun sebanyak 110 pengguna, responden berusia 30-40 tahun sebanyak 49 pengguna, dan responden berusia > 40 tahun sebanyak 26 pengguna, sehingga dalam penelitian ini lebih banyak didominasi oleh responden pada usia kisaran 20-30 dengan jumlah 110 pengguna. Untuk mempermudah dan memperjelas, berikut gambaran porsi dari karakteristik responden dilihat dari usia yang dapat peneliti peroleh :

**Gambar 4.1**

**Pengelompokkan Responden Berdasarkan Usia**



Sumber : Data Primer yang diolah 2024

## 2. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dari konsumen pengguna aplikasi Atamtech yang dapat peneliti peroleh dapat dilihat sebagaimana berikut :

**Tabel 4.2**

**Pengelompokkan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis_Kelamin |             |           |         |               |                    |
|---------------|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|               |             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid         | Laki – laki | 114       | 45,6    | 45,6          | 45,6               |
|               | Perempuan   | 136       | 54,4    | 54,4          | 100,0              |
|               | Total       | 250       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : Data primer oleh spss 2024

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 di atas, maka dapat diketahui tentang jenis kelamin responden pengguna aplikasi Atamtech menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 136 orang perempuan, sedangkan sisanya adalah laki-laki sebanyak 114 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari konsumen yang diambil sebagai responden adalah para perempuan setia pengguna aplikasi Atamtech.

**3. Pendidikan**

Adapun data mengenai pendidikan responden dari konsumen penggunaan langganan Atamtech yang dapat peneliti peroleh adalah sebagaimana berikut :

**Tabel 4.3**

**Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pendidikan**

| Pendidikan |         |           |         |               |                    |
|------------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|            |         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid      | Diploma | 47        | 18,8    | 18,8          | 18,8               |
|            | Sarjana | 91        | 36,4    | 36,4          | 55,2               |
|            | SMA     | 80        | 32,0    | 32,0          | 87,2               |

|  |       |     |       |       |       |
|--|-------|-----|-------|-------|-------|
|  | SMP   | 32  | 12,8  | 12,8  | 100,0 |
|  | Total | 250 | 100,0 | 100,0 |       |

Sumber : Data primer yang diolah spss 2024

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas, maka dapat diketahui tentang pendidikan responden dari pengguna aplikasi menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah para Sarjana, yaitu sebanyak 91 responden, dan sebanyak 47 responden berstatus seorang Diploma, sebanyak 80 orang responden berstatus sebagai SMA, dan sebanyak 32 orang responden sebagai SMP. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari konsumen yang diambil sebagai responden pengguna layanan pemesanan makanan online gofood adalah berpendidikan Sarjana.

#### 4. Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden dari konsumen pengguna langganan Atamtech yang dapat peneliti peroleh adalah sebagai mana berikut:

**Tabel 4.4**

#### **Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| <b>Pekerjaan</b> |           |                  |                |                      |                           |
|------------------|-----------|------------------|----------------|----------------------|---------------------------|
|                  |           | <b>Frequency</b> | <b>Percent</b> | <b>Valid Percent</b> | <b>Cumulative Percent</b> |
| Valid            | Pegawai   | 46               | 18,4           | 18,4                 | 18,4                      |
|                  | Pelajar/  | 77               | 30,8           | 30,8                 | 49,2                      |
|                  | Pengusaha | 47               | 18,8           | 18,8                 | 68,0                      |
|                  | PNS       | 54               | 21,6           | 21,6                 | 89,6                      |
|                  | TNI/Polr  | 26               | 10,4           | 10,4                 | 100,0                     |
|                  | Total     | 250              | 100,0          | 100,0                |                           |

Sumber : Data primer yang diolah spss 2024

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas, maka dapat diketahui tentang pekerjaan responden dari pengguna aplikasi menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah para Pelajar, yaitu sebanyak 77 responden, sebanyak 46 responden berstatus seorang Pegawai Swasta, sebanyak 47 orang responden berstatus sebagai Pengusaha, sebanyak 54 responden berstatus sebagai PNS, dan sebanyak 26 responden berstatus sebagai TNI/POLRI. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari konsumen yang diambil sebagai responden pengguna layanan pemesanan makanan online Atamtech adalah para Pelajar.

#### 5. Pendapatan

Adapun data mengenai Pendapatan responden yang peneliti gunakan juga sebagai acuan untuk distribusi questioner didapatkan adalah sebagai mana berikut :

**Tabel 4.5**

#### **Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pendapatan**

| <b>Pendapatan</b> |          |                  |                |                      |                           |
|-------------------|----------|------------------|----------------|----------------------|---------------------------|
|                   |          | <b>Frequency</b> | <b>Percent</b> | <b>Valid Percent</b> | <b>Cumulative Percent</b> |
| Valid             | < 1.000. | 118              | 47,2           | 47,2                 | 47,2                      |
|                   | > 1.000. | 105              | 42,0           | 42,0                 | 89,2                      |
|                   | > 2.000. | 24               | 9,6            | 9,6                  | 98,8                      |
|                   | > 3.000. | 3                | 1,2            | 1,2                  | 100,0                     |
|                   | Total    | 250              | 100,0          | 100,0                |                           |

Sumber : Data primer yang diolah spss 2024

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas, maka dapat diketahui tentang Pendapatan responden dari pengguna aplikasi menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah berpendapatan < 1.000.000, yaitu sebanyak 118 responden,

sebanyak 105 responden berpendapatan > 1.000.000-2.000.000, sebanyak 24 orang responden berpendapatan > 2.000.000-3.000.000, dan sebanyak 3 responden berpendapatan > 3.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari konsumen yang diambil sebagai responden pengguna layanan pemesanan makanan online Atamtech adalah para responden yang berpendapatan < 1.000.000.

#### **4.4. Teknik Analisis Data**

##### **4.4.1. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (Sahih) atau tidak valid dalam masing masing variabel. Sebuah instrumen dapat dikatakan valid apabila nilai  $r$  hitung > nilai  $r$  tabel, sebaliknya instrumen dikatakan tidak valid apabila  $r$  hitung < dari  $r$  tabel. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Berdasarkan taraf signifikan yang digunakan yaitu 0,05 atau 5%.<sup>75</sup> Dari uji validitas, diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.6.**

**Hasil Uji Validitas**

| No | Variabel   | No. Butir | $r$ hitung $\geq r$ tabel<br>R tabel 0,138 | Keterangan |
|----|------------|-----------|--------------------------------------------|------------|
| 1. | Pendapatan | P1        | 0,509                                      | Valid      |
|    |            | P2        | 0,607                                      | Valid      |
|    |            | P3        | 0,677                                      | Valid      |
|    |            | P4        | 0,734                                      | Valid      |
|    |            | P5        | 0,601                                      | Valid      |
|    |            | P6        | 0,689                                      | Valid      |
|    |            | P7        | 0,654                                      | Valid      |

<sup>75</sup> Suharsimi Arikunto,” Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Ed Revisi Cet 14”(Jakarta: Penerbit PT Rineka, 2011), h. 168.

|    |                    |           |       |       |
|----|--------------------|-----------|-------|-------|
|    |                    | P8        | 0,614 | Valid |
|    |                    | Total P   | 1     | Valid |
| 2. | Kualitas Pelayanan | KP1       | 0,812 | Valid |
|    |                    | KP2       | 0,571 | Valid |
|    |                    | KP3       | 0,704 | Valid |
|    |                    | KP4       | 0,761 | Valid |
|    |                    | KP5       | 0,613 | Valid |
|    |                    | KP6       | 0,683 | Valid |
|    |                    | KP7       | 0,682 | Valid |
|    |                    | KP8       | 0,705 | Valid |
|    |                    | KP9       | 0,639 | Valid |
|    |                    | KP10      | 0,632 | Valid |
|    |                    | Total KP  | 1     | Valid |
| 3. | Kepercayaan        | KPC1      | 0,583 | Valid |
|    |                    | KPC2      | 0,558 | Valid |
|    |                    | KPC3      | 0,547 | Valid |
|    |                    | KPC4      | 0,602 | Valid |
|    |                    | KPC5      | 0,547 | Valid |
|    |                    | KPC6      | 0,624 | Valid |
|    |                    | KPC7      | 0,570 | Valid |
|    |                    | KPC8      | 0,538 | Valid |
|    |                    | Total KPC | 1     | Valid |
| 4. | Minat Beli         | MBM1      | 0,806 | Valid |
|    |                    | MBM2      | 0,680 | Valid |
|    |                    | MBM3      | 0,759 | Valid |
|    |                    | MBM4      | 0,785 | Valid |
|    |                    | MBM5      | 0,695 | Valid |
|    |                    | MBM6      | 0,730 | Valid |
|    |                    | Total MBM | 1     | Valid |

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 diperoleh bahwa hasil uji validitas seluruh variabel memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel yaitu 0,100. Dengan demikian, variabel pendapatan (X1), kualitas pelayanan (X2), kepercayaan (X3), dan pendapatan (Y) yang digunakan dinyatakan valid sebab masing-masing  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

#### 4.3.2. Uji Realibilitas Data

Uji realibilitas digunakan untuk mengukur kehandalan dari pengukuran kuesioner dan untuk menunjukkan seberapa jauh suatu instrumen memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang. Variabel dikatakan realibel, jika nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas dari penelitian ini yaitu:

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji Realibilitas**

| No | Variabel           | Cronbach Alpha | Keterangan |
|----|--------------------|----------------|------------|
| 1. | Pendapatan         | 0,787          | Reliabel   |
| 2. | Kualitas Pelayanan | 0,873          | Reliabel   |
| 3. | Kepercayaan        | 0,704          | Reliabel   |
| 4. | Minat Beli         | 0,838          | Reliabel   |

Sumber : Data Primer diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha variabel pendapatan, adalah 0,787, variabel kualitas pelayanan adalah 0,873, variabel kepercayaan adalah 0,704, dan variabel pendapatan adalah 0,838, sehingga dapat dikatakan reliabel variabel X1, X2, X3 dan Y dikarenakan memiliki nilai yang lebih besar dari 0,60.

#### 4.5. Hasil Uji Asumsi Klasik

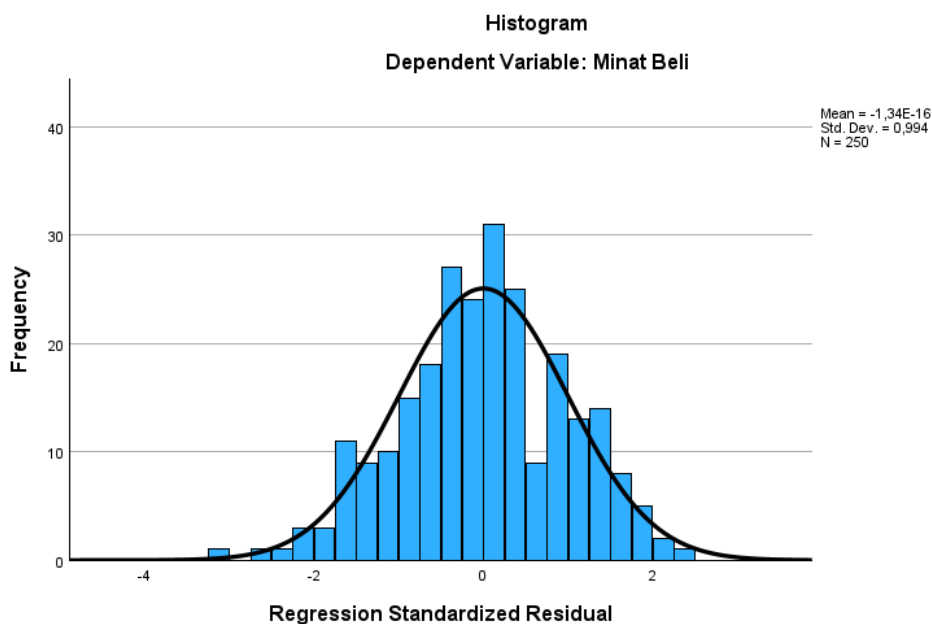
##### 4.5.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidak suatu distribusi data. Uji normalitas pada penelitian ini diukur dengan menggunakan grafik histogram dan uji *One-Sample kolmogorov-smirnov*. Dengan taraf signifikasi pada uji *One-Sample kolmogorov-smirnov* yaitu lebih dari 0,05. Jika

nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dikatakan nilai residual berdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas pada penelitian yaitu:

**Gambar 4.2**

**Uji Normalitas dengan Histogram**



Sumber : Data Primer diolah SPSS 29, 2024

Gambar di atas merupakan grafik histogram. Grafik histogram dikatakan normal jika distribusi data membentuk lonceng (bell shaped), tidak condong ke kiri atau tidak condong ke kanan.<sup>76</sup> Grafik histogram di atas membentuk lonceng dan tidak condong ke kanan atau ke kiri sehingga grafik histogram tersebut dinyatakan normal.

---

<sup>76</sup> Ita Mamlua'atul Mufidah Dan Hari Basuki, "Analisis Regresi Linier Berganda Untuk Mengetahui Faktor Yang Mempengaruhi Kejadian Stunting Di Jawa Timur", dalam *Jurnal Indonesian Nursing Journal Of Education And Clinic*, Vol 3, No 3, 2023, h.53.

**Tabel 4.6**

**Uji Normalitas dengan Kolmogorov**

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test       |                         |             |                         |
|------------------------------------------|-------------------------|-------------|-------------------------|
|                                          |                         |             | Unstandardized Residual |
| N                                        |                         |             | 250                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>         | Mean                    |             | ,0000000                |
|                                          | Std. Deviation          |             | 3,04288547              |
| Most Extreme Differences                 | Absolute                |             | ,039                    |
|                                          | Positive                |             | ,039                    |
|                                          | Negative                |             | -,029                   |
| Test Statistic                           |                         |             | ,039                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>      |                         |             | ,200 <sup>d</sup>       |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup> | Sig.                    |             | ,456                    |
|                                          | 99% Confidence Interval | Lower Bound | ,443                    |
|                                          |                         | Upper Bound | ,469                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : Data Primer diolah, 2024.

Pada uji kolmogorov-smirnov, data dikatakan normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05. Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,200 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

#### 4.5.2. Uji Multikoleniaritas

Uji multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Jika nilai variance inflation faktor (VIF) tidak lebih dari 10 atau di bawah 10 dan nilai tolerance tidak kurang atau harus di atas dari 0,1, maka dapat dikatakan terbebas dari multikoleniaritas. Adapun hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Multikolineritas**

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |       |       |                         |       |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant)         | 7,203                       | 1,306      |                           | 5,515 | <,001 |                         |       |
|                           | Pendapatan         | ,176                        | ,043       | ,252                      | 4,098 | <,001 | ,804                    | 1,244 |
|                           | Kualitas Pelayanan | ,212                        | ,039       | ,324                      | 5,391 | <,001 | ,733                    | 1,364 |
|                           | Kepercayaan        | ,327                        | ,040       | ,459                      | 8,138 | <,001 | ,808                    | 1,238 |

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Data Primer diolah, 2024

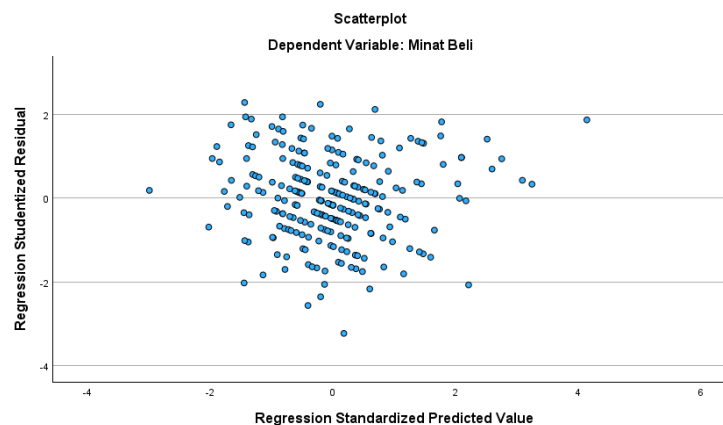
Dapat kita lihat bahwasanya hasil dari variabel pendapatan memiliki nilai VIF 1.244 dan nilai toleransi 0,804, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai VIF 1.364 dan nilai toleransi 0,733, dan variabel kepercayaan memiliki nilai VIF 1.238 dan nilai toleransi 0,808, Jadi dapat disimpulkan bahwasannya pada penelitian ini tidak terjadi multikoleniaritas antara variabel bebas serta model regresi sebab data tersebut terlihat bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10 serta nilai toleransi lebih besar dari 0,01.

#### 4.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini pengujian menggunakan uji heteroskedastisitas dengan metode analisis gleser yang di mana hasil yang diperoleh nilai signifikannya lebih besar atau sama dengan 0.05 maka asumsi homokedastisitas terpenuhi ataupun sebaliknya, nilai  $< 0.05$  maka asumsi homokedastisitas tidak terpenuhi. Adapun hasil dari uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.3**

#### Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Pimer diolah, 2024

Berdasarkan gambar 4.3 *scatterplot* dapat dilihat bahwa variabel dalam penelitian ini berdasarkan *uji heteroskedastisitas* dapat diartikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam variabel yang digunakan. Karena tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat dikatakan pada variabel ini penelitian terpenuhi. Data variabel

yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

#### 4.5.4. Uji Autokorelasi

Pemeriksaan autokorelasi menggunakan metode Durbin-Watson, di mana jika nilai DW diantara -2 sampai 2, maka asumsi tidak terjadi autokorelasi. Adapun hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.8**

#### **Uji Autokorelasi**

| <b>Model Summary<sup>b</sup></b> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                            | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                                | ,744 <sup>a</sup> | ,554     | ,548              | 1,531                      | 2,046         |

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pendapatan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Data Primer diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai DW sebesar 2.046 karena nilai berada diantara -2 dan 2, berarti tidak terjadi autokorelasi.

#### 4.5.5. Uji Linearitas

Secara umum uji linearitas untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel (X) dengan variabel (Y). Dalam beberapa referensi dinyatakan bahwa uji linearitas merupakan syarat sebelum dilakukannya uji regresi linier. Suatu uji yang dilakukan harus berpedoman pada dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas yaitu jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan linier antara variabel (X) dengan variabel (Y), sebaliknya jika nilai signifikansi

lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan linier antara variabel (X) dengan variabel (Y). adapun hasil uji linieritas dapat dilihat dibawah ini :

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Linearitas**

| ANOVA Table                    |                |                           |                |     |             |        |       |
|--------------------------------|----------------|---------------------------|----------------|-----|-------------|--------|-------|
|                                |                |                           | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.  |
| Minat Beli * Pendapatan        | Between Groups | (Combined)                | 418,422        | 22  | 19,019      | 1,269  | ,194  |
|                                |                | Linearity                 | 5,161          | 1   | 58,161      | 3,880  | ,050  |
|                                |                | Deviation from Linearity  | 360,261        | 21  | 17,155      | 1,144  | ,304  |
|                                | Within Groups  |                           | 3402,894       | 227 | 14,991      |        |       |
|                                | Total          |                           | 3821,316       | 249 |             |        |       |
|                                |                |                           | Sum of Square  | df  | Mean Square | F      | Sig.  |
| Minat Beli* Kualitas Pelayanan | Between Groups | (Combined)                | 432,507        | 25  | 17,300      | 1,144  | ,296  |
|                                |                | Linearity                 | ,114           | 1   | ,114        | ,008   | ,931  |
|                                |                | Devitation from Linearity | 432,393        | 24  | 18,016      | 1,191  | ,252  |
|                                | Within Groups  |                           | 3388,809       | 224 | 15,129      |        |       |
|                                | Total          |                           | 3821,316       | 249 |             |        |       |
|                                |                |                           | Sum of Square  | df  | Mean Square | F      | Sig.  |
| Minat Beli* Kepercayaan        | Between Groups | (Combined)                | 1069,779       | 26  | 41,145      | 3,335  | <,001 |
|                                |                | Linearity                 | 647,610        | 1   | 647,610     | 52,486 | <,001 |
|                                |                | Devitation from Linearity | 411,169        | 25  | 16,887      | 1,369  | ,120  |
|                                | Within Groups  |                           | 2751,537       | 223 | 12,339      |        |       |
|                                | Total          |                           | 3821,316       | 249 |             |        |       |

Sumber : Data Primer diolah 2024

Hasil analisis menunjukkan bahwa pada tabel ANOVA pendapatan pada devitation from linearity sebesar 1,144 dengan signifikasi 0,304, maka diperoleh

kesimpulan bahwa nilai signifikan  $\geq (0,304 \geq 0,05)$ , kualitas pelayanan pada deviation from linearity sebesar 1,191 dengan signifikansi 0,252 bahwa nilai signifikan  $\geq (0,252 \geq 0,05)$ , dan kepercayaan pada deviation from linearity sebesar 1,369 dengan signifikansi 0,120 bahwa nilai signifikan  $\geq (0,120 \geq 0,05)$  maka dari hipotesis yang diberikan, diterima. Artinya ketiga data saling berhubungan secara linier.

#### 4.5.6. Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mencari pengaruh dari dua atau lebih variabel independent terhadap variabel dependen. Adapun hasil regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.10**

#### **Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

| <b>Coefficients<sup>a</sup></b> |                    |                             |            |                           |       |       |
|---------------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model                           |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  |
|                                 |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| 1                               | (Constant)         | 7,203                       | 1,306      |                           | 5,515 | <,001 |
|                                 | Pendapatan         | ,176                        | ,043       | ,252                      | 4,098 | <,001 |
|                                 | Kualitas Pelayanan | ,212                        | ,039       | ,324                      | 5,391 | <,001 |
|                                 | Kepercayaan        | ,327                        | ,040       | ,459                      | 8,138 | <,001 |

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Data Primer diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas, diketahui hasil persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = 7,203 + 0,176(X_1) + 0,212(X_2) + 0,327(X_3)$$

Dari persamaan di atas, dapat diartikan dan diambil keputusan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 7,203 berarti apabila pendapatan, kualitas pelayanan dan kepercayaan bernilai tetap maka minat beli masyarakat sebesar 7,203 persen.
- b. Koefisien regresi variabel Pendapatan menunjukkan pengaruh positif sebesar 0,176. Artinya, apabila pendapatan meningkat sebesar satu persen maka minat beli masyarakat akan meningkat sebesar 0,176 persen dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan tidak berubah.
- c. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan pengaruh positif sebesar 0,212. Artinya, apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar satu persen maka minat beli masyarakat akan meningkat sebesar 0,212 persen dengan asumsi variabel pendapatan dan kepercayaan tidak berubah.
- d. Koefisien regresi variabel Kepercayaan menunjukkan pengaruh positif sebesar 0,327. Artinya, apabila kepercayaan meningkat sebesar satu persen maka minat beli masyarakat akan meningkat sebesar 0,327 persen dengan asumsi variabel pendapatan dan kualitas pelayanan tidak berubah.

#### **4.6. Uji Hipotesis**

##### **4.6.1. Uji T**

Uji t adalah suatu bentuk pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh tingkat signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain

dianggap konstan. Level signifikan uji t apabila nilai  $\text{sig.} > 0,05$ . Adapun hasil uji t adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji T**

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |       |       |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| 1                         | (Constant)         | 7,203                       | 1,306      |                           | 5,515 | <,001 |
|                           | Pendapatan         | ,176                        | ,043       | ,252                      | 4,098 | <,001 |
|                           | Kualitas Pelayanan | ,212                        | ,039       | ,324                      | 5,391 | <,001 |
|                           | Kepercayaan        | ,327                        | ,040       | ,459                      | 8,138 | <,001 |

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Data Primer diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas, maka hasil uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh pendapatan terhadap minat beli dari hasil pengujian secara parsial bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4.098 sedangkan  $t_{tabel}$  1,651 atau  $4.098 > 1,651$  dan nilai sig. pada pendapatan adalah  $0,001 < 0,05$ . Sehingga pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat melalui aplikasi Atamtech. dengan demikian hipotesis  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli dari hasil pengujian secara parsial bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5.391 sedangkan  $t_{tabel}$  1,651 atau  $5.391 > 1,651$  dan nilai sig. pada kualitas pelayanan adalah  $0,001 < 0,05$ . Sehingga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli

masyarakat melalui aplikasi Atamtech. dengan demikian hipotesis H<sub>2</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak.

3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat beli dari hasil pengujian secara parsial bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 8.138 sedangkan  $t_{tabel}$  1,651 atau  $8.138 > 1,651$  dan nilai sig. pada kepercayaan adalah  $0,001 < 0,05$ . sehingga kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minatbeli masyarakat melalui aplikasi Atamtech. dengan demikian hipotesis H<sub>3</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak.

#### 4.6.2. Uji F

Berdasarkan hasil dari pengelolaan SPSS tentang pengaruh pendapatan, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat beli masyarakat dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji-F**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |     |             |        |                    |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|--------|--------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | Df  | Mean Square | F      | Sig.               |
| 1                  | Regression | 714,971        | 3   | 238,324     | 25,429 | <,001 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 2305,529       | 246 | 9,372       |        |                    |
|                    | Total      | 3020,500       | 249 |             |        |                    |

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pendapatan, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data Primer diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat nilai sig. sebesar 0,001. Oleh karena nilai sig.  $< 0,05$  ( $0,001 < 0,05$ ) maka dapat dinyatakan bahwa pendapatan, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan

terhadap minat beli masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang. Dengan demikian maka hipotesis H<sub>4</sub> diterima.

#### 4.6.3. Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

**Tabel 4.13**

#### **Hasil Uji Koefisien**

| <b>Model Summary</b> |                   |          |                   |                            |
|----------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                    | ,744 <sup>a</sup> | ,554     | ,548              | 1,531                      |

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pendapatan, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data Primer diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dilihat nilai Adjusted R Square sebesar 0,548. Artinya, pendapatan, kualitas pelayanan dan kepercayaan mempengaruhi minat beli masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang sebesar 54,8%, sedangkan sisanya 45,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

#### 4.7. Interpretasi Hasil Penelitian

Pembahasan dalam penelitian ini akan dijabarkan melalui hipotesis dari penelitian sesuai dengan analisis yang sudah dilakukan sebelumnya, untuk lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut:

##### 1. Pengaruh Pendapatan (X<sub>1</sub>) terhadap Minat Beli Masyarakat (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian tentang pengaruh pendapatan, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat beli masyarakat di peroleh t tabel sebesar 1.651 dan perolehan nilai t hitung sebesar 4.098 dengan artian bahwa t hitung > t tabel dengan nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H<sub>1</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel pendapatan

terhadap variabel minat beli masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang.

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Minat Beli Masyarakat (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian tentang pengaruh pendapatan, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat beli masyarakat di peroleh t tabel sebesar 1.651 dan perolehan nilai t hitung sebesar 5.391 dengan artian bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dan H0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel minat beli masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang.

## **3. Pengaruh Kepercayaan (X3) terhadap Minat Beli Masyarakat (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian tentang pengaruh pendapatan, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat beli masyarakat di peroleh t tabel sebesar 1.651 dan perolehan nilai t hitung sebesar 8.138 dengan artian bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H3 diterima dan H0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel kepercayaan terhadap variabel minat beli masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang.

#### **4. Pengaruh Pendapatan (X1) Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepercayaan (X3) Terhadap Minat Beli Masyarakat (Y)**

Berdasarkan pada tabel 4.13 variabel pendapatan, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat beli masyarakat memiliki nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ . Hal ini berarti  $H_4$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang. Jadi secara simultan bahwa variabel pendapatan, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli masyarakat di Aceh Tamiang.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah diuraikan dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial pendapatan berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang.
2. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang.
3. Secara parsial kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang.
4. Secara simultan pendapatan, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap minat masyarakat melalui aplikasi Atamtech di Aceh Tamiang.

#### **5.2. Saran**

1. Untuk variabel pendapatan, hendaknya setiap individu perlu mengatur pengeluaran sesuai dengan pendapatan yang diterima dengan membuat catatan khusus untuk membagikan hasil pendapatan tersebut ke tabungan atau lainnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk melanjutkan penelitian yang serupa dengan melihat faktor-faktor yang lain yang

mempengaruhi minat konsumen seperti faktor harga, lokasi, dan lain sebagainya.