

PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA TERHADAP PROGRAM HARBOLNAS DI SHOPEE

Yosheila Tri Oktavianti¹, Ruslan Ramli²

Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat

Jalan Arjuna Utara No.9, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11510

yosheilaoche13@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Mahasiswa Universitas Mercu Buana Terhadap Harbolnas di Shopee. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif melalui metode Survei kepada Mahasiswa Universitas Mercu Buana yang melakukan transaksi di Shopee. Dalam membuktikan dan mengalisis hal tersebut, maka digunakan analisis regresi linier sederhana dengan uji f dan uji t. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50, penentuan sampel menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan cara sampel tidak diambil secara acak tetapi ditentukan sendiri oleh peneliti berdasarkan pertimbangan tertentu. Teknik pengumpulan data dengan memberikan kuesioner. Pengujian analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa Universitas Mercu Buana terhadap Program Harbolnas di Shopee. Hal ini dapat dilihat dari persamaan hasil regresi liner sederhana yang menunjukkan nilai signifikansi dari tabel coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, Selanjutnya hasil uji koefisien determinasi memperoleh nilai R^2 sebesar = 0,553 yang menunjukkan bahwa variabel persepsi mahasiswa Mercubuana tentang Harlbolnas di Shopee sebesar 53% sedangkan sisanya 47% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, misalnya tentang 8.8 shopee sale dan lain-lain.

Kata Kunci : Persepsi, AIDDA, Harbolnas

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of Mercu Buana University Student Perceptions on Harbolnas at Shopee. The method used in this research is quantitative through the survey method to Mercu Buana University Students who make transactions at Shopee. In proving and analyzing this, simple linear regression analysis was used with the f test and t test. The number of samples in this study was 50, the determination of the sample using the Non Probability Sampling technique by means of the sample not being taken at random but determined by the researcher himself based on certain considerations. Data collection techniques by giving a questionnaire. Testing data analysis using validity, reliability, classical assumption test and simple linear regression test. The results showed that mercubuana students' perceptions of Harbolnas at Shopee. This can be seen from the equation of the results of a simple linear regression which shows the significance value of the coefficients table obtained a significance value of $0.000 < 0.05$, Furthermore, the results of the coefficient of determination test obtain an R^2 value of = 0.553 which shows that the variable perception of Mercubuana students about Harlbolnas at Shopee is 53% while the remaining 47% is influenced by other variables not examined, for example about 8.8 shopee sales and others.

Keywords: Perception, AIDDA, Harbolnas.