

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro dibentuk pada tahun 2016 berdasarkan Keputusan Rektor Nomor 1250/UN7.P/HK/2016. Sekolah Vokasi dibentuk sebagai pengelola program pendidikan vokasional yang menyediakan program studi terapan, seperti diploma tiga, sarjana terapan, program profesi, magister terapan, dan doktoral terapan. Sekolah Vokasi memiliki 11 program studi dengan jumlah mahasiswa aktif sebanyak 6.225 orang.

Peneliti akan melakukan penelitian mengenai persepsi mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro terkait dampak harga, pajak impor, dan tarif bea masuk terhadap keputusan pembelian *merchandise* K-Pop. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, sementara sampel yang dipilih sebagai responden adalah mahasiswa yang melakukan pembelian *merchandise* K-Pop.

4.2 Analisis Data

Penentuan sampel dilakukan dengan pendekatan *purposive sampling*, dan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus *slovin* yang menghasilkan 98,41 responden. Namun, peneliti membulatkan jumlah tersebut menjadi 99 responden. Penyebaran kuesioner dilakukan secara luring dan daring dengan memberikan kuesioner kepada mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang melakukan pembelian *merchandise* K-Pop.

4.2.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan dengan sampel sebanyak 99 responden. Karakteristik responden meliputi: program studi, jenis kelamin, usia, durasi menjadi penggemar K-Pop, jumlah transaksi pembelian *merchandise*, jumlah pengeluaran pembelian *merchandise*, jenis *merchandise*, dan *platform* pembelian.

4.2.1.1 Program Studi

Tabel 4.1
Program Studi Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Keterangan	Jumlah	
	Responden	Persentase
Teknologi Rekayasa Kimia Industri	11	11,1%
Rekayasa Perancangan Mekanik	6	6,1%
Teknologi Rekayasa Otomasi	2	2%
Teknik Rekayasa Konstruksi Perkapalan	-	-
Teknik Listrik Industri	-	-
Perencanaan Tata Ruang dan Pertanahan	6	6,1%
Teknik Infrastruktur Sipil dan Perancangan Arsitektur	-	-
Akuntansi Perpajakan	50	50,5%
Manajemen dan Administrasi Logistik	14	14,1%
Bahasa Asing Terapan	7	7,1%
Informasi dan Humas	3	3%
Total	99	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah diisi oleh 99 responden, terdapat 11 responden berasal dari Program Studi Teknologi Rekayasa Kimia Industri, 6 responden dari Rekayasa Perancangan Mekanik, 2 responden dari Teknik Rekayasa Otomasi, 6 responden dari Perencanaan Tata Ruang dan Pertanahan, 50 responden dari Akuntansi Perpajakan, 14 responden dari Manajemen dan Administrasi Logistik, 7 responden dari Bahasa Asing Terapan, dan 3 responden dari Informasi dan Humas. Dengan demikian, mayoritas responden merupakan mahasiswa dari

Program Studi Akuntansi Perpajakan, sementara minoritas berasal dari Program Studi Teknik Rekayasa Otomasi.

4.2.1.2 Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	
	Responden	Persentase
Laki - laki	13	13,1%
Perempuan	86	86,9%
Total	99	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel di atas, terdapat 13 responden atau 13,1% merupakan laki-laki, sedangkan 86 responden atau 86,9% merupakan perempuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pembelian *merchandise* K-Pop didominasi oleh penggemar perempuan.

4.2.1.3 Usia

Tabel 4.3
Usia

Keterangan	Jumlah	
	Responden	Persentase
18 – 19 tahun	20	20,2%
20 – 23 tahun	77	77,8%
> 23 tahun	2	2%
Total	99	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan pada tabel di atas, penulis mengelompokkan usia responden menjadi tiga kategori, kelompok pertama yaitu responden yang berusia 18 -19 tahun dengan jumlah 20 atau 20,2%, kelompok kedua responden yang berusia 20 – 23 tahun dengan jumlah 77 atau 77,8%, dan kelompok ketiga responden yang berusia lebih dari 23 tahun dengan jumlah 2 atau 2%. Dari hasil pengelompokan tersebut,

diketahui bahwa responden berusia 20 – 23 tahun merupakan yang terbanyak, sedangkan responden berusia di atas 23 tahun merupakan yang paling sedikit.

4.2.1.4 Durasi Menjadi Penggemar K-Pop

Tabel 4.4
Durasi Menjadi Penggemar K-Pop

Keterangan	Jumlah	
	Responden	Persentase
< 1 Tahun	24	24,2%
1 - 3 Tahun	17	17,2%
> 3 Tahun	58	58,6%
Total	99	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yaitu sebesar 58,6% telah menjadi penggemar K-Pop lebih dari 3 tahun. Sementara itu, terdapat 24 responden atau 24,2% telah menjadi penggemar K-Pop dalam kurun waktu kurang dari 1 tahun, dan 17 responden atau 17,2% telah menjadi penggemar K-Pop dalam rentang waktu 1 hingga 3 tahun.

4.2.1.5 Jumlah Transaksi Pembelian *Merchandise*

Tabel 4.5
Jumlah Transaksi Pembelian *Merchandise*

Keterangan	Jumlah	
	Responden	Persentase
1 – 2 kali	54	54,5%
3 – 4 kali	18	18,2%
> 5 kali	27	27,3%
Total	99	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan pada tabel di atas, terdapat 54 responden atau 54,6% melakukan pembelian *merchandise* K-Pop 1 – 2 kali. Sementara itu, 18 responden

atau 18,2% melakukan pembelian sebanyak 3 – 4 kali, dan 27 responden atau 27,3% melakukan pembelian *merchandise* K-Pop lebih dari 5 kali.

4.2.1.6 Jumlah Pengeluaran Pembelian *Merchandise*

Tabel 4.6
Jumlah Pengeluaran Pembelian *Merchandise*

Keterangan	Jumlah	
	Responden	Persentase
< Rp. 500.000	70	70,7%
Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	22	22,2%
> Rp. 1.000.000	7	7,1%
Total	99	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dengan persentase 70,7% mengeluarkan biaya kurang dari Rp. 500.000. Sementara itu, terdapat 22 responden atau 22,2% mengeluarkan biaya antara Rp 500.000 hingga Rp 1.000.000, dan 7 responden atau 7,1% mengeluarkan biaya lebih dari Rp. 1.000.000.

4.2.1.7 Jenis *Merchandise*

Tabel 4.7
Jenis *Merchandise*

Keterangan	Jumlah	
	Responden	Persentase
Album	27	27,3%
Photocard	34	34,3%
Aksesoris	27	27,3%
Lainnya	11	11,1%
Total	99	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa jenis *merchandise* yang paling banyak dibeli oleh responden adalah Photocard dengan persentase 34,3%, sedangkan yang paling sedikit adalah kategori lainnya dengan persentase 11,1%.

4.2.1.8 Platform Pembelian

Tabel 4.8
Platform Pembelian

Keterangan	Jumlah	
	Responden	Persentase
Self Order	5	5,1%
<i>E - Commerce</i>	50	50,5%
Offline Store	9	9,1%
Group Order (GO)	32	32,3%
Lainnya	3	3%
Total	99	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce* adalah *platform* pembelian yang paling sering digunakan oleh responden dengan persentase 50,5%, sedangkan *platform* yang paling sedikit digunakan adalah kategori lainnya dengan persentase 3%.

4.2.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Pengukuran statistik deskriptif variabel ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran data secara umum seperti nilai rata-rata (mean), nilai tertinggi (max), nilai terendah (min), dan standar deviasi dari masing-masing variabel yaitu Harga (X1), Pajak Impor (X2), Tarif Bea Masuk (X3), dan Keputusan Pembelian (Y). Berikut ini perolehan hasil analisis statistik deskriptif.

Tabel 4.9
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	99	19.00	35.00	26.5859	3.88616
Pajak Impor	99	15.00	35.00	23.8384	4.18381
Tarif Bea Masuk	99	18.00	35.00	25.2727	3.95850
Keputusan Pembelian	99	20.00	35.00	27.3535	3.56947
Valid N (listwise)	99				

Sumber: Data Primer, 2025

Mengacu pada tabel 4.9, diketahui bahwa jumlah data atau (N) yang dianalisis adalah sebanyak 99. Hasil statistik deskriptif untuk masing-masing variabel akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X1), dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum yaitu 19, sedangkan nilai maksimum sebesar 35, dan nilai rata-rata adalah 26,58 dengan standar deviasi sebesar 3,8.
2. Variabel Pajak Impor (X2), dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum yaitu 15, sedangkan nilai maksimum sebesar 35, dan nilai rata-rata adalah 23,83 dengan standar deviasi sebesar 4,1.
3. Variabel Tarif Bea Masuk (X3), dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum yaitu 18, sedangkan nilai maksimum sebesar 35, dan nilai rata-rata adalah 25,27 dengan standar deviasi sebesar 3,9.
4. Variabel Keputusan Pembelian (Y), dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum yaitu 20, sedangkan nilai maksimum 35, dan nilai rata-rata adalah 27,35 dengan standar deviasi sebesar 3,5.

4.2.3 Hasil Uji Instrumen

4.2.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang digunakan dalam mengukur suatu variabel. Kuesioner dapat dinyatakan valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, dan dinyatakan tidak valid jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$. Pada penelitian ini, jumlah sampel adalah 99 responden dan besarnya $(df) = 99 - 2 = 97$, dan $\alpha = 0,05$, maka didapat $r \text{ tabel}$ sebesar 0,198. Berikut hasil uji validitas:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	α	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,05	0,600	0,198	Valid
	X1.2		0,593		Valid
	X1.3		0,592		Valid
	X1.4		0,603		Valid
	X1.5		0,584		Valid
	X1.6		0,612		Valid
	X1.7		0,672		Valid
Pajak Impor (X2)	X2.1	0,05	0,568	0,198	Valid
	X2.2		0,592		Valid
	X2.3		0,693		Valid
	X2.4		0,668		Valid
	X2.5		0,699		Valid
	X2.6		0,578		Valid
	X2.7		0,494		Valid
Tarif Bea Masuk (X3)	X3.1	0,05	0,655	0,198	Valid
	X3.2		0,665		Valid
	X3.3		0,586		Valid
	X3.4		0,556		Valid
	X3.5		0,593		Valid
	X3.6		0,692		Valid
	X3.7		0,648		Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,05	0,597	0,198	Valid
	Y.2		0,624		Valid
	Y.3		0,507		Valid
	Y.4		0,639		Valid
	Y.5		0,586		Valid

Variabel	Item	α	r hitung	r tabel	Keterangan
	Y.6		0,639		Valid
	Y.7		0,683		Valid

Sumber: Data Primer, 2025

Merujuk pada hasil yang diperoleh dari uji validitas, menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan memiliki nilai r hitung $> 0,198$. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada setiap variabel dinyatakan valid.

4.2.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji tingkat konsistensi dari suatu instrumen. Variabel dapat dinyatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,7$. Berikut hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,714	$> 0,7$	Reliabel
Pajak Impor (X2)	0,725		Reliabel
Tarif Bea Masuk (X3)	0,739		Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,712		Reliabel

Sumber: Data Primer, 2025

Merujuk pada hasil yang diperoleh dari uji reliabilitas, menunjukkan bahwa seluruh instrumen memiliki nilai Cronbach Alpha di $> 0,7$. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel.

4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.2.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual terdistribusi dengan normal atau tidak. Dalam penelitian ini, metode yang

digunakan adalah Kolmogrov-Smirnov. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas:

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.87342546
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.047
	Negative	-.046
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer, 2025

Merujuk pada hasil yang diperoleh dari uji normalitas menggunakan metode kolmogrov-smirnov menunjukkan nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, artinya data tersebut berdistribusi normal.

4.2.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah uji glejser. Jika nilai signifikansi variabel independen $> 0,05$, maka model regresi tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Harga	0,433	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Pajak Impor	0,997	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Tarif Bea Masuk	0,748	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer, 2025

Merujuk pada tabel 4.13, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi $> 0,05$. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada seluruh variabel independen.

4.2.4.3 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat kolerasi antar variabel independen dalam model regresi. Indikasi terjadinya multikolonieritas jika nilai VIF > 10 dan nilai *tolerance* $< 0,10$. Sebaliknya, jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,10$, maka tidak terjadi multikolonieritas. Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Harga	0,684	1,461	Tidak terjadi multikolonearitas
Pajak Impor	0,423	2,366	Tidak terjadi multikolonearitas
Tarif Bea Masuk	0,418	2,395	Tidak terjadi multikolonearitas

Sumber: Data Primer, 2025

Merujuk pada tabel 4.14, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas pada seluruh variabel independen.

4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.15
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.852	2.258		5.248	.000

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Harga	.330	.092	.359	3.596	.001
Pajak Impor	.245	.108	.287	2.262	.026
Tarif Bea Masuk	.035	.115	.039	.305	.761

Sumber: Data Primer, 2025

Merujuk pada tabel 4.15, menunjukkan hasil persamaan regresi linear berganda dengan tiga variabel independen sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 11,852 + 0,330X_1 + 0,245X_2 + 0,035X_3$$

- Nilai α sebesar 11,852 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel dependen yaitu keputusan pembelian *merchandise* K-Pop (Y) belum dipengaruhi oleh variabel independen yang terdiri dari harga (X1), pajak impor (X2), dan tarif bea masuk (X3). Dengan kata lain, jika tidak terdapat pengaruh dari variabel independen, maka nilai tetap keputusan pembelian *merchandise* K-Pop sebesar 11,852.
- Koefisien regresi harga (X1) sebesar 0,330 menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *merchandise* K-Pop, artinya setiap kenaikan 1 satuan pada harga akan meningkatkan keputusan pembelian *merchandise* K-Pop sebesar 0,330.
- Koefisien regresi pajak impor (X2) sebesar 0,245 menunjukkan bahwa pajak impor berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *merchandise* K-Pop, artinya setiap kenaikan 1 satuan pada pajak impor akan meningkatkan keputusan pembelian *merchandise* K-Pop sebesar 0,245.

- d. Koefisien regresi tarif bea masuk (X3) sebesar 0,035 menunjukkan bahwa tarif bea masuk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *merchandise* K-Pop, artinya setiap kenaikan 1 satuan pada tarif bea masuk akan meningkatkan keputusan pembelian *merchandise* K-Pop sebesar 0,035.

4.2.6 Hasil Uji Hipotesis

4.2.6.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara parsial yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai $\text{sign} < 0,05$ dan nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima. Sebaliknya jika nilai $\text{sign} > 0,05$ dan nilai $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak.

Nilai t tabel ditentukan dari tingkat signifikansi (α) = 0,05 dengan rumus $df = (n - k - 1)$. n = jumlah data, k = jumlah variabel independen, maka dapat diketahui nilai $df = 99 - 3 - 1 = 95$, untuk nilai t tabel dari nilai $df = 95$ yaitu 1,985.

Tabel 4.16
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.852	2.258		5.248	.000
Harga	.330	.092	.359	3.596	.001
Pajak Impor	.245	.108	.287	2.262	.026
Tarif Bea Masuk	.035	.115	.039	.305	.761

Sumber: Data Primer, 2025

Merujuk pada tabel 4.16 dari hasil uji parsial atau uji t, maka didapat hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise* K-Pop

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,596 > 1,985$ menunjukkan bahwa H_1 diterima yang berarti harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *merchandise* K-Pop.

2. Pengaruh Pajak Impor Terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise* K-Pop

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai signifikansi $0,026 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,262 > 1,985$ menunjukkan bahwa H_2 diterima yang berarti pajak impor berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *merchandise* K-Pop.

3. Pengaruh Tarif Bea Masuk Terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise* K-Pop

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai signifikansi $0,761 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,305 < 1,985$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 ditolak yang berarti tarif bea masuk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *merchandise* K-Pop.

4.2.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji f dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ dan nilai f hitung $> f$ tabel, maka H_0 diterima. Sebaliknya jika nilai $\text{sig} > 0,05$ dan nilai f hitung $< f$ tabel, maka H_0 ditolak.

Nilai t tabel ditentukan dari tingkat signifikansi (α) = 0,05 dengan rumus $df = (n - k)$. n = jumlah data, k = jumlah variabel independen, maka dapat diketahui nilai $df = (99 - 3) = 96$, untuk nilai t tabel dari nilai $df = 96$ yaitu 2,70.

Tabel 4.17
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	439.482	3	146.494	17.200	.000 ^b
Residual	809.144	95	8.517		
Total	1248.626	98			

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $17,200 > 2,70$ menunjukkan bahwa H4 diterima yang berarti variabel harga, pajak impor, dan tarif bea masuk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *merchandise* K-Pop.

4.2.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan varian dari variabel dependen. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 4.18
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.593 ^a	.352	.332	2.91844

Sumber: Data Primer, 2025

Merujuk pada tabel 4.18, diketahui nilai R^2 0,352 menunjukkan bahwa variabel harga, pajak impor, dan tarif bea mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian *merchandise* K-Pop 35,2% dan sisanya sebesar 64,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3 Interpretasi Hasil

4.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise* K-Pop

Merujuk pada temuan dari penelitian ini mengindikasikan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian *merchandise* K-Pop. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang diperoleh nilai $\text{sig } 0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,596 > 1,985$, sehingga H1 diterima. Dari uraian tersebut peneliti menarik kesimpulan bahwa keputusan pembelian pada 99 responden yang diteliti dipengaruhi oleh faktor harga.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin terjangkau harga yang ditawarkan dan sepadan dengan kualitas produk, maka semakin besar penggemar untuk melakukan pembelian *merchandise* K-Pop. Dalam *theory of planned behavior*, sikap terhadap perilaku merupakan faktor utama yang memengaruhi niat dan perilaku.

Temuan ini diperkuat oleh studi terdahulu yang dilakukan Celline Xenia P. & Khuzaini (2023) serta Ekasanti et al. (2024), yang keduanya mengindikasikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *merchandise* K-Pop. Konsumen cenderung melakukan pembelian apabila mereka merasa harga produk terjangkau dan sesuai dengan kualitasnya.

4.3.2 Pengaruh Pajak Impor Terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise* K-Pop

Merujuk pada temuan dari penelitian ini mengindikasikan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara pajak impor dengan keputusan pembelian *merchandise* K-Pop. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang diperoleh nilai sig

$0,026 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,262 > 1,985$, sehingga H_2 diterima. Dari uraian tersebut peneliti menarik kesimpulan bahwa keputusan pembelian pada 99 responden yang diteliti dipengaruhi oleh pajak impor.

Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun pajak impor menambah biaya pembelian, penggemar tetap melakukan pembelian apabila pajak tersebut masih dianggap wajar atau dapat dipahami sebagai bentuk legalitas pembelian. dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, kondisi ini menunjukkan bahwa pajak tidak selalu menjadi hambatan, tetapi bisa memperkuat niat beli apabila persepsi kontrol dan keamanan transaksinya tinggi.

Temuan ini diperkuat oleh studi terdahulu yang dilakukan Qhairunisa et al. (2023), mengungkapkan bahwa walaupun pajak impor meningkatkan beban biaya, konsumen yang memiliki tingkat fanatisme tinggi atau loyal terhadap artis K-Pop, mereka akan tetap membeli *merchandise* tersebut selama prosesnya jelas dan aman secara hukum. Selain itu, penelitian oleh Nurjanah & Ikhsan (2022) juga mengungkapkan bahwa fanatisme berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

4.3.3 Pengaruh Tarif Bea Masuk Terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise* K-Pop

Merujuk pada temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa tarif bea masuk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *merchandise* K-Pop. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang diperoleh nilai sig $0,761 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,305 < 1,985$, sehingga H_3 ditolak. Dari uraian

tersebut peneliti menarik kesimpulan bahwa keputusan pembelian pada 99 responden yang diteliti tidak terpengaruh oleh adanya tarif bea masuk.

Mengacu pada *Theory of Planned Behavior*, tarif bea masuk dapat dijelaskan melalui norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku. Ketika lingkungan sosial tidak memberikan tekanan atau perhatian pada isu bea masuk, dan penggemar merasa bea masuk adalah hal yang tidak dikendalikan atau diprediksi, maka pengaruhnya terhadap keputusan pembelian menjadi lemah.

Studi terdahulu yang dilakukan oleh Pongoh et al (2023) mengungkapkan bahwa sebagian besar penggemar tidak memahami besaran dan mekanisme perhitungan tarif bea masuk, serta lebih memilih menghindari tarif tersebut dengan berbagai cara seperti membeli *merchandise* melalui jasa titip atau *Group Order*. Hal ini membuat tarif bea masuk bukan menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian *merchandise* K-Pop.