

PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Harapan Bersama)

Rezza Dwi Artha Mefia¹, Hetika², Dewi Sulistyowati³
^{1,2,3}Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama
Email: rezadwiartamefia@gmail.com

Abstrak

Keputusan pembelian merupakan salah satu bentuk perilaku konsumen dalam menggunakan suatu produk. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Shopee. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, dokumentasi, dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Uji T, dan Koefisien Determinasi. Hasil perhitungan dengan uji T diperoleh nilai T_{hitung} 8,825 dengan T_{tabel} 1,98447 maka H_a diterima. Penelitian yang sudah dilakukan menghasilkan kesimpulan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mahasiswa Politeknik Harapan Bersama pada e-commerce Shopee.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Harga, Keputusan Pembelian

Abstract

Purchase decision is a form of consumer behavior in using a product. Consumers decide to buy a product if the perceived benefits are greater than or equal to what has been spent to get it. The purpose of this study was to determine the effect of price on purchasing decisions on e-commerce Shopee. The techniques used in data collection were questionnaires, documentation, and literature. Data analysis techniques were quantitative with Validity Test, Reliability Test, Simple Linear Regression, T-Test and Coefficient of Determination. The calculations results with the analysis of T's testing obtained by value are T_{hitung} 8,825 with T_{tabel} 1,98447 then H_a is accepted. The research that has been done has resulted in the conclusion that the price variable has a positive effect on the purchasing decisions of the Politeknik Harapan Bersama students on Shopee e-commerce.

Keywords: Consumer Behavior, Price, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini perkembangan teknologi dan komunikasi tumbuh semakin pesat dan menjadi aspek yang cukup penting bagi setiap orang. Perkembangan teknologi dan komunikasi pada saat ini juga mendorong berbagai macam perubahan sistem, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti contohnya sistem perdagangan, cara bertransaksi dan sistem pemasaran (Magfira 2019).

Dengan kemajuan teknologi yang berjalan dengan cepat, memungkinkan untuk dilaksanakannya hubungan-hubungan bisnis melalui perangkat teknologi yang disebut dengan internet. Perkembangan penggunaan

internet terus terjadi hingga saat ini, bahkan digunakan masyarakat dalam hal untuk memenuhi kebutuhan, salah satunya adalah melakukan jual beli barang maupun jasa secara *online* (Primadasa 2019). Penerapan teknologi komunikasi informasi yang bisa digunakan untuk menunjang sistem penjualan adalah *e-commerce*. *E-commerce* adalah penjualan yang dilakukan melalui media elektronik (Widyanita 2018). Jumlah pengguna internet di Indonesia yang lebih dari 100 juta, menjadi salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan *e-commerce* (Purwasih 2019). Pertumbuhan *e-commerce* yang terus meningkat di Indonesia membuat Shopee ikut meramaikan industri ini.

Shopee merupakan perusahaan *e-commerce* yang berada dibawah naungan SEA Group, perusahaan internet di Asia Tenggara. Shopee sendiri adalah aplikasi untuk jual beli di ponsel dengan mudah dan cepat yang menawarkan berbagai produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* untuk memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan belanja *online* tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer (Magfira 2019).

Salah satu faktor yang menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu harga. Menurut Kotler (2008) dalam (Wahyuningsih 2020) harga merupakan jumlah semua nilai yang diberikkan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan pada sebuah produk atau jasa atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk jasa yang dipertukarkan itu. Bagi konsumen harga merupakan faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau tidak. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Keputusan konsumen dalam memilih dan menggunakan produk identik dengan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan puncak akhir transaksi dari seorang konsumen dan produsen (Purwasih 2019). Kotler (2000, 251-252) dalam (Ratnaningrum 2016) menyebutkan yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan,

pencarian informasi, penilaian sumber-sumber, seleksi terhadap alternatif pembelian dan perilaku setelah pembelian.

Harga merupakan faktor yang sensitive bagi konsumen terutama dikalangan mahasiswa karena mengingat bahwa kemampuan daya beli mahasiswa tergantung dengan jumlah uang saku yang mereka miliki. Maka, mahasiswa biasanya paling teliti dalam kaitannya dengan harga. Mereka akan mencoba memilih dan membandingkan harga yang ditawarkan produk lain yang sejenis sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee. Penelitian ini juga berguna untuk menambah wawasan serta pengetahuan mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu penelitian ini juga dapat digunakan untuk referensi penelitian selanjutnya dan dapat menjadi sarana pengembangan teori ilmu pengetahuan yang selama ini diperoleh dari kegiatan perkuliahan yang kemudian diterapkan dalam dunia kerja.

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Sugiyono (2014, 7) dalam (Devi 2019) menyebutkan yang dimaksud dengan penelitian kuantitatif adalah data penelitian berupa angka-angka dan di analisis menggunakan statistik. Data kuantitatif yang diperoleh berupa data kusioner yang disebar dan diisi oleh responden.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan dari bulan Maret sampai Juni 2021. Penelitian ini

berlokasi di Jl. Mataram No.9, Kelurahan Pesurungan Lor, Kecamatan Margadana, Kota Tegal.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Harapan Bersama yang tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *non probabilitas* dengan teknik *sampling insidental*. *Sampling insidental* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja mahasiswa Politeknik Harapan Bersama yang melihat link kuesioner dan ingin berpartisipasi dapat dijadikan sampel. Dalam penelitian ini diketahui terdapat 100 mahasiswa yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner maka 100 mahasiswa tersebut merupakan sampel.

Data Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang datanya diperoleh melalui pengisian kuesioner dari responden yang selanjutnya diolah menggunakan program statistika SPSS untuk diketahui pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu hasil dari kuesioner yang didapatkan melalui responden. Menurut Sarwono (2006, 129) dalam (Devi 2019) data primer merupakan data yang tidak tersedia dalam bentuk file. Data ini harus digali sendiri oleh peneliti dengan melibatkan responden yang sudah ditentukan.
2. Data sekunder yang terdapat dalam penelitian ini yaitu buku-buku literasi dan penelitian terdahulu yang relevan. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia di tempat penelitian. Sehingga

peneliti hanya bertugas mencari dan mengumpulkannya saja.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data yang digunakan dalam melakukan penelitian dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan *google form*. Selain itu penelitian ini juga menggunakan metode dokumentasi dan studi pustaka yang berkaitan dengan penelitian melalui jurnal penelitian, buku referensi, serta *website* yang terkait dengan penelitian.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yaitu analisis yang digunakan untuk mengolah data yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang berupa kuesioner kedalam bentuk angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik.

Penelitian ini menggunakan beberapa langkah dalam melakukan analisis data, antara lain:

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrument pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu instrument pengukuran yang digunakan artinya mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur (Magfira 2019). Pengujian validitas yang digunakan adalah Korelasi Pearson. Signifikan Korelasi Pearson yang dipakai dalam penelitian ini adalah 0,05. Apabila nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 maka butir pertanyaan tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014, 175) dalam (Shella 2020) reliabilitas adalah

uji yang dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* bila koefisien reliabilitas besar dari 0,60 ($r > 0,60$), maka ukuran kuesioner yang dipakai sudah reliabel.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data yang diperoleh dari sampel berdistribusi normal atau tidak. Dengan menggunakan metode uji Kolmogorov-Smirnov, jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05 maka data residual terdistribusi secara normal.

3. Analisis Regresi Sederhana

Regresi linear sederhana adalah suatu metode yang digunakan untuk melihat hubungan antar variabel independent dan mempunyai hubungan garis lurus dengan variabel dependennya. Dalam analisis regresi sederhana, hubungan antara variabel bersifat linier, di mana perubahan pada variabel X akan diikuti oleh perubahan variabel Y secara tetap.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2013) koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat dapat ditunjukkan dalam SPSS, koefisien determinasi terletak pada *Model Summary* dan tertulis *R Square*. Jika nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas.

5. Uji T

Uji statistik t digunakan untuk menguji apakah variabel bebas berpengaruh secara individu mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan untuk mengukur tingkat signifikansi atau keberartian setiap variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model regresi, dengan ketentuan menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan uji 2 sisi atau 0,05 (Shella 2020). Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima dan jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_a ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh data responden sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	31	31,0
Perempuan	69	69,0
Total	100	100,0

Sumber : data olah SPSS, 2021

Berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui laki-laki sebanyak 31 responden dengan jumlah presentase sebesar 31% dan perempuan sebanyak 69 responden dengan presentase sebesar 69%.

b. Usia Responden

Tabel 2. Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase (%)
16-20 Tahun	40	40,0
21-25 Tahun	60	60,0
Total	100	100,0

Sumber : data olah SPSS, 2021

Berdasarkan usia 16-20 tahun sebanyak 40 responden dengan jumlah

presentase sebesar 40%, dan usia 21-25 tahun sebanyak 60 responden dengan jumlah presentase sebesar 60%.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Korelasi	Sig.	Ket
Harga (X)			
X.1	0,762	0,000	Valid
X.2	0,706	0,000	Valid
X.3	0,577	0,000	Valid
X.4	0,727	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)			
Y.1	0,738	0,000	Valid
Y.2	0,804	0,000	Valid
Y.3	0,858	0,000	Valid

Sumber : data olah SPSS, 2021

Berdasarkan hasil uji validitas diatas dapat disimpulkan bahwa semua variabel menunjukkan nilai *Sig.* (2-tailed) sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga

variabel-variabel tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Harga	0,644	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,709	Reliabel

Sumber : data olah SPSS, 2021

Nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Harga (X) sebesar $0,644 > 0,60$ dan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar $0,709 > 0,60$. Sehingga seluruh nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel dalam penelitian ini lebih besar dari $0,60$ yang artinya keseluruhan variabel dalam penelitian dinyatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Standardized Residual
N	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean Std. Deviation
	,0000000 ,99493668
Most Extreme Differences	Absolute Positive Negative
	,085 ,069 -,085
Test Statistic	,085
Asymp. Sig. (2-tailed)	,073 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : data olah SPSS, 2021

Berdasarkan output yang diperoleh dari data dapat dilihat nilai dari *Asymp.*

Sig. (2-tailed) sebesar $0,073 > 0,05$ yang berarti data terdistribusi normal.

4. Uji Regresi Sederhana

Tabel 6. Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,093	1,108		2,791	,006

Harga	,586	,066	,665	8,825	.000
-------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : data olah SPSS, 2021

Dari data Tabel 6, persamaan regresi yang didapat adalah:

$$Y = 3,093 + 0,586X$$

- Nilai konstanta sebesar 3,093 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 3,093.
- Nilai koefisien pada variabel harga (X) sebesar 0,586 yang artinya bahwa setiap variabel harga (X) mengalami kenaikan satu satuan akan mengakibatkan perubahan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,586 satuan.

5. Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,665 ^a	,443	,437	1,336

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber : data olah SPSS, 2021

Berdasarkan hasil uji Adj R² menunjukkan bahwa variabel harga memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 0,437 atau 43,7 persen, sedangkan sisanya 56,3 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Uji T

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,093	1,108		2,791	,006
	Harga	,586	,066	,665	8,825	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : data olah SPSS, 2021

Diketahui bahwa pengujian pada variabel harga (X) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai Sig. sebesar $0,006 < \text{nilai } \alpha 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $8,825 > t_{\text{tabel}} 1,98447$. Artinya, harga pada *e-commerce* Shopee berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa Politeknik Harapan Bersama Tegal. Berdasarkan hasil statistik tersebut, maka H_a diterima.

Hasil pembahasan mengenai Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Shopee Pada Mahasiswa

Politeknik Harapan Bersama dapat dijelaskan sebagai berikut:

Berdasarkan nilai statistik uji T yang diperoleh menunjukkan nilai t_{hitung} variabel harga sebesar 8,825. Nilai ini lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu 1,98447 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai *alpha* 0,05, sehingga hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *e-commerce* pada mahasiswa Politeknik Harapan Bersama diterima.

Artinya, tinggi rendahnya suatu harga pada *e-commerce* Shopee akan

mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa yang memiliki uang saku atau *budget* yang terbatas. Ketika harga yang ditawarkan terlalu tinggi, mahasiswa akan sulit menjangkau harga tersebut. Jadi ketika mahasiswa menemukan harga yang lebih rendah maka mereka akan melakukan keputusan pembelian.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Harapan Bersama), maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee mahasiswa Politeknik Harapan Bersama, karena dilihat dari harga yang ditawarkan sesuai dengan budget mahasiswa dan variasi produk yang ditawarkan beragam serta dengan tampilan desain yang mudah sehingga dapat menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka saran-saran yang dapat diberikan berkaitan dengan judul adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Pihak e-commerce Shopee bisa lebih meningkatkan pelayanannya menjadi lebih baik lagi agar konsumen e-commerce Shopee juga bisa merasakan dampak positifnya dalam hal memenuhi kebutuhan yang diperlukan dalam kesehariannya

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penulis berharap bagi penelitian selanjutnya untuk lebih dikembangkan

lagi variabel yang diteliti dan juga diperluas lagi obyek variabel yang akan diteliti, sehingga hasil yang didapatkan bisa lebih baik nantinya dan juga bisa untuk mengetahui minat orang-orang dalam lingkup yang luas dalam hal pembelian suatu produk melalui e-commerce Shopee

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Ibu Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA, selaku Ketua Program Studi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama;
2. Ibu Hetika, S.Pd, M.Si, Ak, CAAT, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan petunjuk hingga terselesaikannya penelitian ini;
3. Ibu Dewi Sulistyowati, SE, CAAT, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingannya hingga terselesaikannya penelitian ini; dan
4. Orang tua serta keluarga besar peneliti yang telah mendukung baik moral dan materil.

DAFTAR PUSTAKA

- Devi, L. kurnia intan. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Skripsi*.
- Ghozali, I. (2013). Ghozali, Imam (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Magfira, N. (2019). Pengaruh Kualitas Barang terhadap Keputusan Pembeli pada Aplikasi

- Shopee Studi pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Rabit: Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Univrab* (Vol. 1, Issue 1).
- Primadasa, Y. G. (2019). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk pada marketplace shopee. *Skripsi*.
- Purwasih, K. (2019). PENGARUH PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2016-2018 IAIN Purwokerto). *Skripsi*.
- Ratnaningrum, H. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 11(18), 163–173.
- Sheila, G. K. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Resiko dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pebelian Online Shopee. *Skripsi*.
- Wahyuningsih. (2020). Pengaruh promosi, minat beli dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen shopee. *Skripsi*.
- Widyanita, F. A. (2018). ANALISIS PENGARUH KUALIATAS PELAYANAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SHOPEE INDONESIA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UII PENGGUNA SHOPEE. *Photosynthetica*, 2(1), 1–13.