

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN ONGKOS KIRIM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MELALUI
APLIKASI SHOPEE DI DAERAH TIRTA MULYA
KECAMATAN MAKARTI JAYA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna
Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh :

HENNY SAPARINGGA

NPM. 2101110046

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2025

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : HENNY SAPARINGGA
Nomor Pokok/NPM : 2101110046
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN
ONGKOS KIRIM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE
MEMLALUI APLIKASI SHOPEE DI
DAERAH TIRTA MULYA RT 07/ RW 02
KECAMATAN MAKARTI JAYA

Pembimbing Proposal


Tanggal... 3. Februari 2025...

Pembimbing I :


Kartawinata, S.E., M.P.
NIDN: 0214125901

Tanggal... 4 Februari 2025...


Pembimbing II :


Svahyuni, S.E., M.M.
NIDN: 0226106101

Mengetahui

Dekan

Tanggal... 30 Januari 2025...


Dr. Msv. Mikial, S.E., M.Si, Ak, C. CSRS
NIDN: 0205026401

Ketua Prodi Manajemen
Tanggal... 30 Januari 2025


Mariyam Zanariah, S.E.M.M
NIDN: 0222096301

032 /PSID/FEB/ 25

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : HENNY SAPARINGGA
Nomor Pokok/NPM : 2101110046
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN
ONGKOS KIRIM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE
MELALUI APLIKASI SHOPEE DI
DAERAH TIRTA MULYA RT 07/ RW 02
KECAMATAN MAKARTI JAYA

Penguji Skripsi :

Tanggal... 2 Februari 2025 Ketua Penguji :.....

Kartawinata, S.E., M.P.
NIDN. 0214125901


Tanggal... 4 Februari 2025 Penguji I :.....

Syahyuni, S.E., M.M.
NIDN. 0226106101

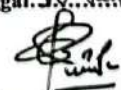
Tanggal... 3 Januari 2025 Penguji II :.....

Baidowi Abdhie, S.E., M.P.
NIDN. 0210116101

Mengesahkan,

Dekan
Tanggal... 30 Januari 2025.....

Dr. Msy. Mikdal, S.E., M.Si, Ak. C. CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Prodi Manajemen
Tanggal... 30 Januari 2025.....

Mariyam Zanariah, S.E., MM
NIDN. 0222096301

012 /PS/DFEB/ 25

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Jadi Berkat Dimanapun, Kapapun, Dan Bagi Siapapun”

“Ketika semangatku lemah lesu di dalam diriku, Engkaulah yang mengetahui jalanku”

Mazmur 142 : 4a

“Marilah kepada-KU, semua yang letih lesu dan berbeban berat, Aku akan memberi kelegaan kepadamu”

Matius 11 : 28

“Allah itu bagi kita tempat perlindungan dan kekuatan, sebagai penolong dalam kesesakan sangat terbukti”

Mazmur 46 : 2

Kupersembahkan kepada :

- Ayahanda dan Ibunda tercinta
- Keluarga kakakku tersayang
- Segenap Dosen Tridinanti yang Kuhormati
- Ke-4 teman ku dari awal masuk kuliah hingga detik ini
- Almamaterku

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Henny Saparingga

Nomor Pokok Mahasiswa : 2101110046

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, 22 Januari 2025



Henny Saparingga

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga, Dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee Di Daerah Tirta Mulya Rt 07/ Rw 02 Kecamatan Makarti Jaya”.

Dalam kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat atas dukungan, bimbingan, petunjuk serta saran-saran yang diberikan. Ucapan terima kasih ini diberikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE, M.S selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE.M.Si.Ak.CA.CSRS, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Dr. Ima Adriyani, SE.M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik.
4. Ibu Mariyam Zanariah, SE.MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
5. Bapak Kartawinata,SE,MP selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberi saran serta mengarahkan dalam membuat proposal skripsi ini hingga selesai
6. Ibu syahyuni,SE,MM selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan arahan serta saran dalam membuat skripsi ini hingga selesai.
7. Ibu Dr. Ir. Yusro Hakimah, MM selaku dosen pembimbing akademik.

8. Bapak dan ibu dosen staf karyawan fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Tridinanti yang telah banyak memberi pengajaran dan ilmu pengetahuan.
9. Bapak Nur Kholis selaku ketua RT yang telah mengizinkan penulis mengambil informasi untuk penelitian pada RT 07/ RW 02 daerah Tirta Mulya Kecamatan Makarti Jaya.
10. Kepada kedua orang tua tercinta dan kakak tersayang yang telah memberikan doa, semangat dan dukungan baik materi maupun moral selama penulisan proposal skripsi ini.
11. Seluruh rekan-rekan yang tidak bisa disebut satu persatu yang telah bersedia membantu dan memberikan dukungan.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini belum sempurna dan masih banyak kekurangan didalamnya karena keterbatasan waktu, tenaga dan kemampuan dalam penyusunan skripsi ini. Maka dari itu penulis memohon maaf atas kesalahan dalam penulisan. Semoga skripsi ini dapat memberikan informasi dan bisa bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang berkepentingan, terima kasih.

Palembang, Januari 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
RIWAYAT HIDUP	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis.....	9
2.1.1 Keputusan Pembelian Online	9
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	10
2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	12

2.1.1.4 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2 Produk.....	14
2.1.2.1 Pengertian Produk.....	14
2.1.2.2 Tingkatan Produk.....	15
2.1.2.3 Dimensi dan Indikator Produk.....	16
2.1.3 Harga.....	17
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	17
2.1.3.2 Faktor-faktor Harga.....	18
2.1.3.3 Dimensi Harga.....	19
2.1.3.4 Indikator Harga.....	19
2.1.4 Ongkos Kirim.....	20
2.1.4.1 Pengertian Ongkos Kirim.....	20
2.1.4.2 Dimensi dan Indikator Ongkos Kirim.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	20
2.3 Kerangka Berpikir.....	22
2.4 Hipotesis.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
3.1.1 Tempat.....	25
3.1.2 Waktu Penelitian.....	25
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.2.1 Sumber Data.....	26
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3 Populasi, Sampel, dan Sampling.....	27
3.3.1 Populasi.....	27
3.3.2 Sampel.....	28
3.3.3 Sampling.....	29
3.4 Rancangan Penelitian.....	30

3.5 Variabel dan Definisi Operasional	32
3.5.1 Variabel Penelitian.....	32
3.5.2 Definisi Operasional	32
3.6 Instrumen Penelitian	36
3.7 Uji Instrumen	36
3.7.1 Uji Validitas.....	36
3.7.2 Uji Realibilitas	37
3.8 Teknik Analisis Data	38
3.8.1 Uji Asumsi Klasik	38
3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.8.3 Uji Koefisien Korelasi.....	40
3.8.4 Uji Koefisien Determinasi	41
3.9 Uji Hipotesis	41
3.9.1 Uji F (Simultan).....	41
3.9.2 Uji t (Parsial)	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum	45
4.1.1. Sejarah Desa Tirta Mulya.....	45
4.1.2 Susunan Organisasi RT 07/ RW 02 Kelurahan Delta Upang	46
4.2 Instrumen Penelitian	48
4.2.1 Uji Validitas	48
4.2.2 Uji Reliabilitas	50
4.3 Uji Asumsi Klasik	53
4.3.1 Uji Normalitas	53
4.3.2 Uji Multikolinearitas	54
4.3.3 Uji Heterokedasitas.....	55
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	56

4.5. Uji Koefisien Korelasi	58
4.6 Uji Koefisien Determinasi	58
4.7 Uji Hipotesis.....	59
4.7.1 Uji Simultan (Uji F)	59
4.7.2 Uji Parsial (Uji t)	61
4.8 Pembahasan.....	64
4.8.1 Pengaruh Produk (X_1), Harga (X_2), Dan Ongkos Kirim (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	64
4.8.2 Pengaruh Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	65
4.8.3 Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	66
4.8.4 Pengaruh Ongkos Kirim (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
5.2.1 Bagi Aplikasi Shopee.....	69
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	69

DAFTAR PUSTAKA	70
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	21
3.1 Kegiatan Penelitian	25
3.2 Definisi Operasional Variabel	33
3.3 Skala Likert.....	36
3.4 interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	40
4.1 Hasil Uji Validitas Produk (X_1).....	48
4.1 Hasil Uji Validitas Harga (X_2).....	49
4.3 Hasil Uji Validitas Ongkos Kirim (X_3)	49
4.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	50
4.5 Hasil Reliability Variabel Produk (X_1)	51
4.6 Hasil Reliability Variabel Harga (X_2).....	51
4.7 Hasil Reliability Variabel Ongkos Kirim (X_3)	52
4.8 Hasil Reliability Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
4.9 Hasil Uji Normalitas Variabel Produk (X_1), Harga (X_2), dan Ongkos Kirim (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	53
4.10 Hasil Uji Multikolinieritas Variabel Produk (X_1), Harga (X_2), dan Ongkos Kirim (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	54
4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas Variabel Produk (X_1), Harga (X_2), dan Ongkos Kirim (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	55
4.12 Hasil Uji Analisa Regresi Linear Berganda Variabel Produk (X_1), Harga (X_2), dan Ongkos Kirim (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	56
4.13 Hasil Uji Korelasi Koefisien Variabel Produk (X_1), Harga (X_2), dan Ongkos Kirim (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	58
4.14 Hasil Uji Korelasi Determinasi Variabel Produk (X_1), Harga (X_2), dan Ongkos	

Kirim (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	59
4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F) Variabel Produk (X_1), Harga (X_2), dan Ongkos	
Kirim (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	60
4.16 Hasil Uji Parsial (UJI t) Variabel Produk (X_1), Harga (X_2), dan Ongkos	
Kirim	
(X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	61

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berpikir	23
4.1 Susunan Organisasi RT 07/ RW 02 Desa Tirta Mulya	46

ABSTRAK

Henny Saparingga, Pengaruh Produk, Harga, Dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee Di Daerah Tirta Mulya RT 07/ RW 02 Kecamatan Makarti Jaya (Dibawah bimbingan Bapak Kartawinata, S.E., M.P dan Ibu Syahyuni, S.E., M.M)

Pada penelitian ini, metode yang digunakan ialah observasi dan pengambilan data melalui kuesioner. Ada sekitar 235 warga pada RT 07/ RW 02 Kecamatan Makarti Jaya, karena jumlah warga di atas 100 maka penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk menghitung jumlah sampel. Dan sampel yang didapat setelah menghitung menggunakan rumus slovin adalah 70 responden.

Berdasarkan hasil dari pengolahan data dengan SPSS versi 26 pada uji simultan diperoleh nilai signifikannya sebesar 0,000 yang rtiny niali tersebut lebih kecil dari 0,05 yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka dapat diketahui bahwa Pengaruh Produk, Harga, Dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee Di Daerah Tirta Mulya RT 07/ RW 02 Kecamatan Makarti Jaya secara Bersama – sama memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Apikasi Shopee di Daerah Tirta Mulya RT 07/ RW 02 Kecamtan Makarti Jaya.

Berdasarkan hasil dari uji parsial atau uji t Produk (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee Di Daerah Tirta Mulya RT 07/ RW 02 Kecamatan Makarti Jaya dengan nilai signifikan $0,056 > 0,05$. Secara parsial Harga (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikan sebesar 0,017. Secara parsial Ongkos Kirim (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikan 0,004.

Kata Kunci : Produk, Harga, Ongkos Kirim, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Henny Saparingga, *The Influence of Product, Prices and Shipping Costs on Online Purchasing Decisions via the Shopee Application in the Tirta Mulya Area RT 07/ RW 02 Makarti Jaya Village. (Under the guidance of Mr. Kartawinata, S.E.,M.P and Mrs. Syahyuni,S.E.,M.M)*

In the research, the method used is observation and data collection through questionnaires. The populations of RT 07/ RW 02 Makarti Jaya District is around 235 people, because the population is above 100, this research uses the Slovin formula to calculate the sample size. And the sample obtained after calculations using the Slovin formula was 70 respondents.

Based on the results of data processing with SPSS version 26 in simultaneous testing, a significant value of 0,000 wa obtained, this value is smaller than 0,05, which means H_0 is accepted and H_a is rejected. So we can know the influence of products, prices and shipping costs on online purchasing decisions in the Tirta Mulya RT 07/ RW 02 Makarti Jaya District. Togrther they have a significant and positive influence on online purchasing decision via the Shopee application in the Tirta Mulya area RT 07/ RW 02 Makarti Jaya District.

Based on the results of the partial test or t test product (X_1) it has no significant effect on online purchasing decisions via the Shopee application in Tirta Mulya area RT 07/ RW 02 Makarti Jaya District with a significance value of $0,056 > 0,05$. Partially test Price (X_2) has a significant effect on purchasing decisions with a significant value of 0,017. Partially test Shipping Costs (X_3) have a significant effect on purchasing decisions with a significant value of 0,004.

Keywords : Product, Price, Shipping Costs, and Purchase Decisions

RIWAYAT HIDUP

Henny Saparingga, dilahirkan di Tirta Mulya pada tang 14 September 2002 merupakan anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Daniel Sarmidi dan Ibu Yiska. Sekolah dasar diselesaikan tahun 2014 di SD N 2 Tirta Mulya. Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2017 di SMP N 1 Makarti Jaya. Dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menegah Atas pada tahun 2020 di SMA N 1 Makarti Jaya. Pada tahun 2021 memasuki Fakultas Eonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti.

Palembang, 2025

Henny Saparingga

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangatlah pesat sehingga telah mengubah cara konsumen dalam berbelanja. Salah satu platform yang mengalami perkembangan pesat saat ini adalah aplikasi e-commerce. E-commerce (electronic commerce) merupakan suatu bentuk perdagangan barang dan jasa dengan menggunakan media elektronik. E-commerce sendiri mencakup beberapa platform seperti shopee, tokopedia, bukalapak, lazada, jd.id, dan masih banyak yang lainnya. Tetapi saat ini platform yang menjadi peran utama di Indonesia adalah shopee.

Shopee adalah platform e-commerce yang berasal dari Singapura dan dimiliki oleh SEA Limited (sebelumnya dikenal sebagai Garena), yang didirikan oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke beberapa negara lain seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Di dunia bisnis e-commerce, Shopee bukanlah satu-satunya di Indonesia. Banyak perusahaan pesaing yang membuat Shopee harus mencari inovasi dan ide-ide baru untuk menarik konsumen. Namun, saat ini Shopee mampu bersaing dengan e-commerce lain dan tetap menjadi yang teratas di Indonesia dengan

konsumen terbanyak. Berdasarkan data iPrice Q3 2020, shopee adalah e-commerce terbesar kedua di Indonesia dengan total pengunjung web sebanyak 67,9 juta. Saputra, yoan bayu (2024:40).

Shopee merupakan sebuah platform yang disesuaikan untuk tiap wilayah dan menyediakan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman, dan cepat bagi pelanggan melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat. Shopee juga merupakan platform e-commerce yang memungkinkan penggunanya untuk berbelanja online, menemukan toko dan penjual, serta menjual produk dan jasa. Shopee tidak hanya memberikan akses yang mudah tetapi shopee juga menawarkan berbagai produk dari berbagai kategori seperti fashion, elektronik, perawatan kecantikan, dan kebutuhan sehari-hari serta masih banyak lagi.

Dalam pembelian produk, keputusan pembelian adalah proses yang kompleks. Ini melibatkan pengumpulan informasi, perbandingan merek, perbandingan harga, evaluasi produk, perbandingan varian produk, dan tindakan lainnya. Namun, pembelian produk bisa terjadi tiba-tiba, atau mungkin hanya karena melihat produk tersebut dipromosikan dengan harga diskon. Hal ini dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Keputusan pembelian melibatkan pengumpulan informasi dan perbandingan antara berbagai merek. Salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian pada Marketplace Shopee adalah varian produk. Menurut Philip Kotler dalam Rudani R.B (2010:114), varian produk adalah koleksi dari berbagai produk yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli. Varian produk juga dapat diartikan sebagai keragaman berbagai produk yang ditawarkan penjual kepada pelanggan.

Sebuah produk dapat menarik perhatian konsumen ketika jenis produk yang dicari sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Walaupun pada kenyataannya terkadang produk yang dicari tidak sesuai dengan kebutuhan/keinginan atau bahkan produk yang dicari tidak ada. Hal ini yang terkadang dirasakan oleh masyarakat di daerah Tirtamulya ketika mereka mencari jenis produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka terutama dalam bidang pertanian dan perkakas tetapi tidak dapat ditemukan atau bahkan tidak ada. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan masyarakat lebih memilih pembelian secara offline dibandingkan pembelian secara online.

Selain varian produk, harga juga menjadi faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen. Menurut Zulkarnaen 2023, harga merupakan nilai uang yang harus dibayarkan atas pelanggan terhadap penjual dan pembeli barang yang dibelinya. Dengan kata lain, harga ialah nilai sebuah barang yang ditentukan oleh penjual. Oleh karena itu ketika seseorang ingin mendapatkan produk atau jasa yang diinginkannya maka harus mengeluarkan sejumlah biaya untuk membayar harga yang telah ditetapkan oleh penjual. Harga merupakan faktor penentu terhadap tingkat penjualan suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Harga yang terjangkau atau *voucher* yang menarik dapat mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut. *Voucher* yang digunakan itulah yang akan membuat harga menjadi lebih murah dari harga aslinya dan tentunya membuat keuntungan bagi pembeli. Akan tetapi masih banyak konsumen yang belum terlalu paham dengan cara penggunaan dan mendapatkan *voucher* shopee. Sama halnya yang dirasakan oleh masyarakat Tirtamulya karena masih

banyaknya masyarakat yang tidak terlalu paham dengan teknologi terutama dalam penggunaan shopee untuk mendapatkan voucher, maka saat pembelian di shopee masyarakat Tirtamulya tidak pernah menggunakan voucher dan hal ini membuat harga yang mereka bayar saat pembelian produk di aplikasi shopee menjadi mahal. Hal inilah yang akan membuat masyarakat kembali berpikir ulang sebelum melakukan keputusan pembelian online di Shopee. Di sisi lain, harga yang terlalu tinggi dapat membuat konsumen ragu atau mencari alternatif yang lebih terjangkau. Konsumen cenderung mempertimbangkan nilai dari produk yang mereka beli, yaitu perbandingan antara harga dan manfaat yang diperoleh.

Selain faktor harga produk, shopee juga memiliki faktor ongkos kirim pada setiap produk yang dibeli. Menurut Himayati (dalam Ajang & Hasanuddin, 2020:91) Ongkos kirim merupakan biaya pengiriman barang atau jasa yang ditarik oleh penjual dari pelanggan saat terjadi proses jual beli dengan biaya pengiriman yang dibebankan kepada pelanggan. Dalam proses jual beli online, penjual akan membedakan biaya pengiriman kepada pembelinya sesuai dengan berat dan dimensi produk yang dibeli. Jadi, pembeli akan mentransfer uang seharga produk dan ditambah biaya kirim. Istilah biaya pengiriman ini biasa disebut dengan ongkos kirim atau ongkir. Salah satu keuntungan yang ditawarkan oleh pengelola bisnis online adalah memberikan layanan ongkos kirim gratis atau free ongkir. Praktik ini umum dilakukan oleh sebagian besar bisnis online untuk menarik minat pembeli.

Hal ini menunjukkan bahwa program promo gratis ongkos kirim sangat berhasil dalam meningkatkan penjualan bisnis. Kadang-kadang, biaya pengiriman

bisa lebih tinggi dibandingkan harga barang yang dibeli. Ongkos kirim ini bisa membuat harga yang harus dibayar konsumen saat pembelian menjadi lebih mahal karena tidak mendapat gratis ongkos kirim atau bahkan menjadi lebih murah ketika konsumen mendapatkan gratis ongkos kirim. Ongkos kirim bisa memengaruhi keputusan pembelian terutama dalam konteks pembelian online. Ongkos kirim yang tinggi dapat membuat konsumen ragu untuk melanjutkan pembelian karena dapat meningkatkan total biaya produk. Sebaliknya, ongkos kirim yang rendah atau bahkan gratis dapat menarik minat konsumen dan mendorong mereka untuk melanjutkan pembelian.

Biaya pengiriman dihitung berdasarkan jumlah, berat, ukuran produk, dan jarak pengiriman. Semakin banyak jumlah produk, semakin berat dan besar ukuran produk, atau semakin jauh jarak tempuh pengiriman, biaya pengiriman akan semakin mahal. Tidak jarang konsumen membandingkan harga produk yang ingin dibeli dengan biaya pengiriman produk tersebut, hal ini membuat konsumen berfikir ulang untuk melakukan pembelian. Hal ini yang terjadi di daerah tirtamulya, dimana ketika masyarakat melakukan pembelian produk maka akan membayar biaya pengiriman lebih mahal karena adanya ongkos kirim dari setiap produk. Inilah yang dirasakan masyarakat tirtamulya, dimana biaya pengiriman yang tinggi dikarenakan lokasi desa tirtamulya yang terpencil dan memerlukan transportasi tambahan untuk menjangkau daerah tersebut, sehingga biaya pengiriman menjadi membengkak. Meskipun promo gratis ongkos kirim telah digunakan, namun tidak mencakup seluruh biaya ongkos kirim, sehingga masyarakat Tirtamulya sebagai konsumen Shopee masih perlu membayar sisa

biaya pengiriman yang belum tercover. Masalah inilah yang menjadi bahan pertimbangan dari masyarakat Tirtamulya sebelum melakukan pengambilan keputusan pembelian di shopee. Tetapi hal ini juga tidak membuat masyarakat tirtamulya menjadi berhenti untuk melakukan pembelian di shopee.

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MELALUI APLIKASI SHOPEE DI DAERAH TIRTA MULYA RT07/RW02 KECAMATAN MAKARTI JAYA” penelitian ini dilakukan didaerah tirtamulya dan objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah e-commerce shopee.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, terdapat beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Apakah produk, harga, dan ongkos kirim berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian online melalui aplikasi shopee di daerah Tirta Mulya RT 07/ RW 02 Kecamatan Makarti Jaya?
2. Apakah produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian online melalui aplikasi shopee di daerah Tirta Mulya RT 07/ RW 02 Kecamatan Makarti Jaya?
3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian online melalui aplikasi shopee di daerah Tirta Mulya RT 07/ RW 02 Kecamatan Makarti Jaya?

4. Apakah ongkos kirim berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian online melalui aplikasi shopee di daerah Tirta Mulya RT 07/ RW 02 Kecamatan Makarti Jaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh produk, harga, dan ongkos kirim secara simultan terhadap keputusan pembelian online melalui aplikasi shopee di daerah Tirta Mulya RT 07/ RW 02 Kecamatan Makarti Jaya
2. Pengaruh produk secara parsial terhadap keputusan pembelian online melalui aplikasi shopee di daerah Tirta Mulya RT 07/ RW 02 Kecamatan Makarti Jaya
3. Pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian online melalui aplikasi shopee di daerah Tirta Mulya RT 07/ RW 02 Kecamatan Makarti Jaya
4. Pengaruh ongkos kirim secara parsial terhadap keputusan pembelian online melalui aplikasi shopee di daerah Tirta Mulya RT 07/ RW 02 Kecamatan Makarti Jaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti :

Untuk penerapan ilmu manajemen terkait dengan penelitian dan hasil penelitian digunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Manajemen di Universitas Tridianti.

2. Bagi Universitas :

Untuk meningkatkan pengetahuan dari hasil penelitian dan digunakan sebagai bahan bacaan di Perpustakaan serta menjadikan referensi tambahan bagi mahasiswa lain.

3. Bagi Masyarakat :

Sebagai informasi tambahan tentang faktor-faktor yang akan mempengaruhi masyarakat dalam melakukan pembelian online di aplikasi shopee.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisandi, B, (2022). “Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa, “ *Jurnal Of Finance And Business Digital*, Vol. 1. No 3
- Ayuwardani Primadita, R, (2018). “Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering”, *Jurnal Nominal*, Vol. 7. No. 1
- Cahyadi, (2022). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di PT Arthanindo Cemerlang”, *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, Vol. 1. No. 1, Hal. 64
- Christopher, H, et.al., (2021). “Analisi Pengaruh Harga Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokobenua Emas Singakawang”, *Jurnal Riset Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 2. No. 1
- Dekanawati, V, (2023). “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Diklat Kepabeanaan Terhadap Kepuasan Peserta Pelantikan”, *Jurnal Saintek Maritim*, Maret, Vol. 23. No. 2
- Himayati. (2008). *Eksplorasi Zahir Accounting*. Pt Elex Media Computindo
- Kotler & Armstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Jakarta: Erlangga
- Kotler Dan Keller, (2016). *Marketing Manajemen*, Edisi 15, *United States Of America: Person Education*
- Kotler, Philip & Keller. (2016). *Marketing Management*, Edisi 15 *Person Global, Prentice – Hall, New Jersey*
- Monitaria Melin, A Dan Baskoro, E, (2021). “Pengaruh Harga Pelayanan Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul”, *Jurnal Manajemen Diversivikasi*, Vol. 1. No. 3
- Orlando, J Dan Marjati, R, (2022). “Pengaruh Atribut Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Aa Raffi Fried Chiken Sidikalang Bogor”, *Jurnal Of Accounting & Manajemen Innovation*, Januari, Vol. 6. No. 1
- Rasyad Achmad, F, et.al., (2023). “Pengaruh Rating, Diskon Dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee”, *Jurnal Sains Student Rescarch*, Oktober, Vol. 1. No. 1

- Rivaldy Andre Dan Rulirianto, (2021). “*Pengaruh Harga Dari Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus*”, Jurnal Aplikasi Bisnis, Desember, Vol. 7 No. 2
- Satdiah, A, et.al., (2023). “*Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De’lucent Paint*”, Jurnal Cidea, Juni, Vol. 2. No. 1
- Sanny Indrawan, B Dan Dewi Kaniawati, R, “ *Pengaruh Net Interest Margin(NIM) Terhadap Return On Asset (ROA) Pada Pt Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013 – 2017*”, Jurnal Ekonomi-Bisnis, 2020, Vol. 4. No. 1
- Shabrina, N, Darmadi, Dan Sari, R, (2020) “ *Pengaruh Motivasi Dan Stress Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Cv Muslim Galeri Indonesia*”, Jurnal Madani, September, Vol. 3. No. 2
- Sudaryono, (2016). *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Andi : Yogyakarta
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryani Lilis, N, (2019). “ *Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta*”, Jurnal Ilmiah, Manajemen Sumber Daya Manusia, Mei, Vol. 2. No. 3
- Slamet, R Dan Wahyuningsih, S, “*Validitas Dan Realibilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja*”, Jurnal Manajemen Dan Bisnis Aliansi.
- Tonce, Y Dan Rangga (2022). *Minat Keputusan Pembelian*. CV. Adanu Abitama
- Yunita, R, et.al, (2023). “*Pengaruh Online Marketing Dan Biaya Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Pisang Pasir Memey*”, Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset, November, Vol. 1. No. 6
- Yusra, Z, et.al.,(2021). “*Pengelolaan LKP Pada Masa Pandemi Covid-19*”, *Jurnal Of Lifelong Learning*, Juni, Vol. 4. No. 1