

PENGARUH HARGA (*DISCOUNT*), *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI BELANJA ONLINE (STUDI KASUS WARGA RT.021 RW.005 KELURAHAN SUNGAI LAIS KECAMATAN KALIDONI)

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh:

IDRIS BUDI PERMATA

NPM. 2101110036

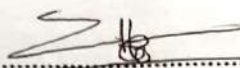
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
2025**

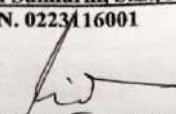
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : IDRIS BUDI PERMATA
Nomor Pokok/NPM : 2101110036
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA (*DISCOUNT*), *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI BELANJA ONLINE (STUDI KASUS WARGA RT.021 RW.005 KELURAHAN SUNGAI LAIS KECAMATAN KALIDONI)

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 25-01-2025 Pembimbing I : 
Ellen Sumiarni, S.E., M.M.
NIDN. 0223116001

Tanggal 29-01-2025 Pembimbing II : 
Rudy Chairudin, S.E., M.P.
NIDN. 0202026201

Mengetahui,

Dekan
Tanggal 30-01-2025



Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak. CA., CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Prodi Manajemen
Tanggal 30-01-2025



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


38 /PS/DFEB/25


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : IDRIS BUDI PERMATA
Nomor Pokok/NPM : 2101110036
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA (*DISCOUNT*), *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI BELANJA ONLINE (STUDI KASUS WARGA RT.021 RW.005 KELURAHAN SUNGAI LAIS KECAMATAN KALIDONI)

Penguji Skripsi :

Tanggal 25-01-2025 Ketua Penguji : 
Ellen Sumiarni, S.E., M.M.
NIDN. 0223116001


Tanggal 29-01-2025 Penguji I : 
Rudy Chairudin, S.E., M.P.
NIDN. 0202026201

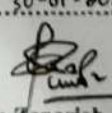
Tanggal 30-01-2025 Penguji II : 
Baidowi Abdhie, S.E., M.P.
NIDN. 0210116101

Mengesahkan,

Dekan
Tanggal 30-01-2025

Ketua Prodi Manajemen
Tanggal 30-01-2025


Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak. CA., CSRS
NIDN. 0205026401


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

38/PS/DFEB/25

Motto dan Persembahan

Motto :

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang.”

- Imam Syafi'i

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

- Q.S Al-Baqarah 286

Kupersembahkan kepada :

- Ayahanda dan Ibunda tercinta
- Kakak tersayang
- Para Pendidikku yang ku hormati
- Ke-4 temanku yang selalu menemani sampai sekarang
- Almamater ku

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Idris Budi Permata

NPM. : 2101110036

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : PENGARUH HARGA (*DISCOUNT*), *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI BELANJA ONLINE (STUDI KASUS WARGA RT.021 RW.005 KELURAHAN SUNGAI LAIS KECAMATAN KALIDONT)

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

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

Palembang, 23 Januari 2025



Idris
Idris Budi Permata

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga (*Discount*), *Online Customer Review*, dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online (Studi Kasus Warga RT.021 RW.005 Kelurahan Sungai Lais Kecamatan Kalidoni).

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen di Universitas Tridinanti. Dan penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang pengaruh Harga (*Discount*), *Online Customer Review*, dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online. Penulis sangat berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada orang lain juga.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengalami kesulitan dan penulis menyadari dalam penulisannya juga masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Dengan selesainya penelitian ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE., MS. sebagai Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si, Ak, CA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti yang telah memberikan izin untuk melakukan dan menyelesaikan penelitian.
3. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, S.E., M.Si. selaku wakil dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Mariyam Zanariah, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti yang telah memberikan persetujuan terhadap penelitian skripsi.
5. Ibu Ellen Sumiarni., S.E., M.M. dan Bapak Rudy Chairudin, SE., M.P. selaku pembimbing yang telah berusaha keras memberi bimbingan guna membantu

penulis menyelesaikan skripsi.

6. Bapak Dr. Djatmiko Noviantoro, SE. M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis selama menjalani masa studi di Universitas Tridinanti.
7. Bapak/Ibu dosen yang telah memberi ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama masa studi.
8. Ibu Tri Mulyani selaku ketua RT yang telah mengizinkan penulis mengambil informasi untuk penelitian pada warga RT.021 RW.005 Kelurahan Sungai Lais Kecamatan Kalidoni.
9. Bapak Makmur dan Ibu Tri Mulyani selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan secara moral dan materil di setiap langkah kehidupan penulis termasuk dalam menyelesaikan studi di Universitas Tridinanti.
10. Maya Ayu Puspita selaku kakak penulis yang selalu ada dan memberikan semangat dalam setiap perjalanan hidup penulis.
11. Aldean Tegar Gemilang (DeanKT), anggota Bala-Bala Esport (B2E), dan keluarga kecil selaku panutan dan idola penulis yang selalu memberikan hiburan serta menemani penulis selama pengerjaan skripsi.

Semoga hal-hal baik yang diberikan kepada penulis dapat diterima sebagai pahala kebaikan dan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

Palembang, Januari 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
RIWAYAT HIDUP	xviii
BAB I PENDAHULUAN	19
Latar Belakang.....	19
Rumusan Masalah.....	22
Tujuan Penelitian	23
Manfaat Penelitian	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1 Kajian Teoritis	25
2.1.1 Ruang Lingkup Keputusan Pembelian	25
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.1.1.2 Proses-Proses Dalam Keputusan Pembelian	25
2.1.1.3 Faktor-Fakto Pengambilan Keputusan Pembelian.....	28
2.1.1.4 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	29
2.1.2 Ruang Lingkup Harga (<i>Dsicount</i>).....	30
2.1.2.1 Pengertian Diskon	30
2.1.2.2 Tujuan Diskon	30
2.1.2.3 Dimensi dan Indikator Diskon	31

2.1.3 Ruang Lingkup <i>Online Customer Review</i>	32
2.1.3.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	32
2.1.3.2 Dimensi dan Indikator <i>Online Customer Review</i>	33
2.1.4 Ruang Lingkup Ongkos Kirim	34
2.1.4.1 Pengertian Ongkos Kirim.....	34
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Menentukan Ongkos Kirim.....	35
2.1.4.3 Dimensi dan Indikator Ongkos Kirim	36
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	39
2.3 Kerangka Berpikir	43
2.4 Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	45
3.1.1 Tempat Penelitian.....	45
3.1.2 Waktu Penelitian	45
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.2.1 Berdasarkan Cara Memperolehnya	46
3.2.2 Berdasarkan Bentuknya	46
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.3 Populasi, Sampel dan Sampling.....	48
3.3.1 Populasi	48
3.3.2 Sampel	48
3.3.3 Sampling.....	50
3.4 Rancangan Penelitian	51
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	53
3.6 Instrumen Penelitian.....	56
3.6.1 Uji Kualitas Data.....	58
3.6.1.1 Uji Validitas.....	58
3.6.1.2 Uji Reabilitas	59
3.7 Teknik Analisis	59
3.7.1 Uji Persyaratan Analisis	60
3.7.1.1 Uji Normalitas	60

3.7.1.2 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7.2 Analisis Regresi Berganda.....	61
3.7.3 Koefisien Korelasi.....	61
3.7.4 Koefisien Determinasi	62
3.7.5 Uji Hipotesis	62
3.7.5.1 Uji Simultan (Uji F).....	62
3.7.5.2 Uji Statistik t (Parsial).....	63
3.8 Sistematika Penulisan.....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Hasil Penelitian	69
4.1.1 Gambaran Umum Kelurahan Sungai Lais	69
4.1.2 Visi dan Misi.....	69
4.1.3 Struktur Organisasi RT.021 RW.005	70
4.1.4 Gambaran Umum Responden	71
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	73
4.2.1 Uji Validitas	73
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	75
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	77
4.2.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	77
4.2.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas	78
4.2.3.3 Hasil Uji Heterokedasitas.....	79
4.2.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	81
4.2.5 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	82
4.2.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	83
4.2.7 Hasil Uji Hipotesis	83
4.2.7.1 Hasil Uji Simultan (F)	83
4.2.7.2 Hasil Uji Parsial (t).....	84
4.3 Pembahasan	86
4.3.1 Pengaruh Harga (<i>Discount</i>), <i>Online Customer Review</i> , dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.3.2 Pengaruh Harga (<i>Discount</i>) Terhadap Keputusan Pembelian	87
4.3.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan	

Pembelian	87
4.3.4 Pengaruh Ongkos Kirim Terhadap Keputusan	
Pembelian	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran	90
5.2.1 Untuk Aplikasi Belanja Online	90
5.2.2 Untuk Peneliti Selanjutnya.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel

1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	39
2. Waktu Penelitian.....	45
3. Definisi Operasional Variabel.....	54
4. Skor Skala Likert.....	57
5. Interval Kolerasi.....	62
6. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
7. Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	71
8. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
9. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (<i>Discount</i>) (X1).....	73
10. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2).....	73
11. Hasil Uji Validitas Variabel Ongkos Kirim (X3).....	74
12. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	75
13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (<i>Discount</i>) (X1), <i>Online Customer Review</i> (X2), dan Ongkos Kirim (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	76
14. Hasil Uji Normalitas Variabel Harga (<i>Discount</i>) (X1), <i>Online Customer Review</i> (X2), dan Ongkos Kirim (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	77
15. Hasil Uji Multikolinieritas variabel Harga (<i>Discount</i>) (X1), <i>Online Customer Review</i> (X2), dan Ongkos Kirim (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	78
16. Hasil Uji Heterokedasitas variabel Harga (<i>Discount</i>) (X1), <i>Online Customer Review</i> (X2), dan Ongkos Kirim (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	80
17. Hasil Uji Regresi Linier Berganda variabel Harga (<i>Discount</i>) (X1), <i>Online Customer Review</i> (X2), dan Ongkos Kirim (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	81
18. Hasil Uji Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi Variabel	

Harga (<i>Discount</i>) (X1), <i>Online Customer Review</i> (X2), dan Ongkos Kirim (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	82
19. Hasil Uji Simultan (F) Variabel Harga (<i>Discount</i>) (X1), <i>Online Customer Review</i> (X2), dan Ongkos Kirim (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	84
20. Hasil Uji Parsial (t) variabel Harga (<i>Discount</i>) (X1), <i>Online Customer Review</i> (X2), dan Ongkos Kirim (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1. Proses Keputusan Pembelian	26
2. Kerangka Berpikir	44
3. Struktur Organisasi RT.021 RW.005	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Lampiran Kuesioner	95
2. Tabulasi Data	96
3. R Tabel	104
4. Hasil Uji Validitas	104
5. Hasil Reliabilitas	108
6. Hasil Uji Normalitas	109
7. Hasil Uji Multikolinieritas	109
8. Hasil Uji Heterokedasitas.....	109
9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	110
10. Hasil Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi	111
11. Hasil Uji Simultan (F)	111
12. Hasil Uji Parsial (t).....	111

ABSTRAK

IDRIS BUDI PERMATA. Pengaruh Harga (Discount), Online Customer Review, Dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online (Studi Kasus Warga RT.021 RW.005 Kelurahan Sungai Lais Kecamatan Kalidoni). (Dibawah bimbingan Ibu Ellen Sumiarni, S.E., M.M. dan Bapak Rudy Chairudin , S.E., M.P.)

Pada dasarnya, skripsi ini membahas bagaimana pengaruh Keputusan Pembelian pada aplikasi belanja online jika diukur dengan variabel Harga (*Discount*), *Online Customer Review*, dan Ongkos Kirim. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga (*Discount*), *Online Customer Review*, dan Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut : Pertama, dilihat dari Harga (*Discount*) Keputusan Pembelian yang dihasilkan oleh warga RT.021 RW.005 Kelurahan Sungai Lais Kecamatan Kalidoni tidak berpengaruh secara signifikan, hal ini disebabkan oleh diskon yang diberikan memiliki nilai yang kecil. Kedua, *Online Customer Review* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada warga RT.021 RW.005, hal ini disebabkan oleh banyak warga yang tidak melihat ulasan pelanggan terlebih dulu sehingga menyebabkan tidak berpengaruhnya *Online Customer Review* pada warga RT.021 RW.005 Kelurahan Sungai Lais Kecamatan Kalidoni. Ketiga, Ongkos Kirim berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian, hal ini disebabkan jika ongkos kirim kecil atau bahkan tidak ada biaya ongkos kirim membuat warga menjadi senang Ketika belanja online.

Aplikasi penelitian ini dimasa yang akan datang disarankan agar seluruh aplikasi belanja online memberikan diskon yang besar, memberikan diskon tambahan saat hari belanja nasional, dan mengelola memvalidasi ulasan harga dapat dipercaya oleh pembeli.

Kata Kunci : Diskon, *Online Customer Review*, Ongkos Kirim, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

IDRIS BUDI PERMATA. *The Influence of Price (Discount), Online Customer Review, and Shipping Costs on Purchase Decisions in Online Shopping Applications (Case Study of Residents of RT.021 RW.005 Sungai Lais Village, Kalidoni District). (Under the guidance of Mrs. Ellen Sumiarni, S.E., M.M. and Mr. Rudy Chairudin, S.E., M.P.)*

Basically, this thesis discusses how the Purchase Decision on online shopping applications is influenced when measured by the variables of Price (Discount), Online Customer Review, and Shipping Costs. The purpose of this research is to determine and analyze the influence of Price (Discount), Online Customer Review, and Shipping Costs on Purchase Decisions.

The results of this study are as follows: First, looking at the Price (Discount), the Purchase Decision made by the residents of RT.021 RW.005, Sungai Lais Village, Kalidoni District is not significantly influenced, due to the small value of the discounts given. Second, Online Customer Reviews do not influence the Purchase Decision of residents of RT.021 RW.005, as many residents do not check customer reviews beforehand, resulting in Online Customer Reviews having no impact on the residents of RT.021 RW.005, Sungai Lais Village, Kalidoni District. Third, Shipping Costs have a significant impact on Purchase Decisions, as lower or even no shipping costs make residents happy when shopping online.

The application of this research in the future is recommended for all online shopping applications to provide significant discounts, offer additional discounts on national shopping days, and manage the validation of price reviews to be trustworthy for buyers.

Keywords: *Discount, Online Customer Review, Shipping Cost, Purchase Decision.*

RIWAYAT HIDUP

Idris Budi Permata, dilahirkan di Palembang pada tanggal 23 Maret 2002 dari Ayah yang Bernama Makmur dan Ibu yang bernama Tri Mulyani. Ia anak ke tiga dari tiga bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2014 di SD Muhammadiyah 4 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2017 di SMP N 8 Palembang dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2020 di SMA N 7 Palembang. Pada tahun 2021 ia memasuki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti.

Palembang, Januari 2025

IBP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya suatu informasi dan komunikasi telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk dunia perdagangan. Perdagangan elektronik, atau *e-commerce*, telah menjadi salah satu industri yang berkembang pesat. Dengan kemajuan teknologi, konsumen sekarang dapat dengan mudah membeli dan menjual barang atau jasa secara online melalui berbagai platform *e-commerce*.

E-commerce Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini didorong oleh penetrasi internet yang lebih luas dan penggunaan smartphone yang meningkat di kalangan masyarakat. Berbagai platform *e-commerce*, baik lokal maupun internasional, bersaing untuk menarik pelanggan Indonesia dengan menyediakan berbagai barang dan layanan yang menarik.

Selain itu, pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mendukung ekosistem digital dan mendorong pertumbuhan *e-commerce*. Pandemi COVID-19 yang melanda dunia pada tahun 2020 juga berkontribusi pada peningkatan adopsi *e-commerce* di Indonesia, karena banyak pelanggan beralih ke belanja online untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.

Beberapa aplikasi *e-commerce* yang populer di Indonesia antara lain Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada dan TikTok Shop. Aplikasi ini memungkinkan pelanggan untuk mencari produk yang diinginkan, membandingkan harga, dan membaca ulasan pelanggan lain.

Dalam hal pembelian *e-commerce*, Ada sejumlah faktor kompleks yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, termasuk harga, terutama bila ditawarkan dalam bentuk diskon atau promosi. Itu adalah faktor yang sangat penting. Diskon yang menarik dapat menarik pelanggan untuk membeli produk.

Penelitian oleh Ramadan et al. (2023) menunjukkan bahwa diskon memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada TikTok Shop. Strategi penetapan harga yang kompetitif dan penawaran diskon yang menarik dapat menjadi stimulus kuat bagi konsumen untuk melakukan pembelian impulsif.

Online customer review juga dikenal sebagai ulasan pelanggan *online* juga Ini memainkan peran utama dalam proses keputusan pembelian. Di era informasi yang tersedia saat ini, konsumen ingin mengamati dan mempertimbangkan pengalaman pembeli lain sebelum melakukan pembelian. Studi yang dilakukan oleh Premesti dan Aminah (2023) mengungkapkan bahwa online customer review memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada platform *e-commerce*, Lazada. Ulasan positif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan penjual, sementara ulasan negatif dapat menjadi pertimbangan untuk menghindari risiko pembelian.

Ongkos kirim juga merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembeli online. Pelanggan *e-commerce* sering mempertimbangkan ongkos kirim sebelum melakukan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Asiyah (2021) menunjukkan bahwa kebijakan gratis ongkir memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Shopee. Strategi gratis ongkir atau subsidi ongkos kirim

dapat menjadi daya tarik bagi konsumen untuk menyelesaikan transaksi pembelian mereka.

Selain diskon, *online customer review* dan ongkos kirim ada faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian. Yang pertama ada promosi, promosi yang efektif tidak hanya memberikan diskon atau potongan harga, tetapi juga mencakup berbagai bentuk komunikasi yang memengaruhi sikap konsumen terhadap merek atau produk, seperti iklan, promosi penjualan, dan kegiatan pemasaran lainnya. Promosi yang menarik cenderung membuat konsumen tertarik untuk membeli produk, terutama jika promosi tersebut dianggap memberikan nilai tambahan, yang membuat konsumen merasa mendapatkan keuntungan.

Selanjutnya yang menjadi faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk juga menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keputusan pembelian. Produk yang memiliki kualitas yang baik akan membangun kepercayaan konsumen, yang berujung pada loyalitas jangka panjang. Konsumen cenderung lebih memilih produk yang dapat memberikan manfaat optimal dan sesuai dengan ekspektasi mereka. Produk berkualitas tinggi juga memiliki reputasi yang baik di pasaran, yang dapat memperkuat keputusan pembelian konsumen.

Fokus penelitian ini adalah warga RT.021 RW.005 Kelurahan Sungai Lais, Kecamatan Kalidoni. Kelurahan Sungai Lais adalah lokasi yang ideal untuk mengamati fenomena sosial *e-commerce* karena lokasinya terletak di wilayah perkotaan dan memiliki akses internet yang baik serta tingkat adopsi teknologi yang representatif untuk menggambarkan perilaku konsumen dalam *e-commerce*.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti akan mengambil judul "**Pengaruh Harga (*Discount*), *Online Customer Review*, dan Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online (Studi Kasus Warga RT.021 RW.005 Kelurahan Sungai Lais Kecamatan Kalidoni)**". Diharapkan penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam konteks *e-commerce* sosial.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah terdapat pengaruh Harga (*Discount*), *Online Customer Review* dan Ongkos Kirim secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di RT. 021/ RW. 005 Kelurahan Sungai Lais Kecamatan Kalidoni?
2. Apakah terdapat pengaruh Harga (*Discount*) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di RT. 021/ RW. 005 Kelurahan Sungai Lais Kecamatan Kalidoni?
3. Apakah terdapat pengaruh *Online Customer Review* secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di RT. 021/ RW. 005 Kelurahan Sungai Lais Kecamatan Kalidoni?
4. Apakah pengaruh Ongkos Kirim secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di RT. 021/ RW. 005 Kelurahan Sungai Lais Kecamatan Kalidoni?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh Harga (*Discount*), *Online Customer Review* dan Ongkos Kirim secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di RT. 021/ RW. 005 Kelurahan Sungai Lais Kecamatan Kalidoni.
2. Pengaruh Harga (*Discount*) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di RT. 021/ RW. 005 Kelurahan Sungai Lais Kecamatan Kalidoni,
3. Pengaruh *Online Customer Review* secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di RT. 021/ RW. 005 Kelurahan Sungai Lais Kecamatan Kalidoni,
4. Pengaruh Ongkos Kirim secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di RT. 021/ RW. 005 Kelurahan Sungai Lais Kecamatan Kalidoni,

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar hasilnya memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti:

Studi ini akan meningkatkan pemahaman kita tentang perilaku konsumen dalam *e-commerce*. Ini juga akan membantu kita belajar tentang analisis data dan metodologi penelitian pemasaran digital, dan juga membantu mengembangkan teori perilaku konsumen di era digital.

2. Bagi Universitas:

Untuk meningkatkan pengetahuan yang diperoleh dari hasil penelitian, untuk digunakan sebagai bahan bacaan di Perpustakaan, dan untuk memberikan referensi tambahan bagi mahasiswa lain.

3. Bagi Masyarakat:

Studi ini akan meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online, sehingga konsumen dapat membuat keputusan pembelian online yang lebih bijak dan informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). *Buku Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif*.
- Asiyah, A. (2021). *Pengaruh Penilaian Produk Dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Di Kabupaten Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2009. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS ". Semarang: UNDIP.
- Jurnal.id. (2020). *Proses Jual Beli Online*. <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-memahami-promo-free-ongkir-yang-semakin-berkembang/>
- Kamila, K. T. (2019). *Pengaruh Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015/2016–2018/2019 yang Pernah Membeli dan Menggunakan Xiaomi Smartphone)*. (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Latifa, F., & Ayustira, N. (2020), *Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla*. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139-154.
- Premesti, A. D., & Aminah, S. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Online customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Lazada*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 7640-7647.
- Rahmanda, A. (2024). *Pengaruh Persepsi, Motivasi Konsumen Dan Karakteristik Umur Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi TikTok (Studi Kasus Warga RT 05/ RW 03 Di Kelurahan Makarti Jaya, Banyuasin)*.
- Ramadhan, K., Ramadhan, R. R., & Hardilawati, W. L. (2023). *Pengaruh Gratis Ongkir, Discount, Dan Pembayaran Cash on Delivery (COD) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok Shop Di Universitas Muhammadiyah Riau)*. SNEBA: Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Bisnis & Akuntansi, 1, 588-601.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dam R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis & ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F., & Chandra, P. (2012). *Pemasaran Strategik. Buku Pemasaran Strategik*. Jakarta: Andi Offset. Yogyakarta: Danisa Media.

