

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN DISKON HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE**

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

EPI SUSANTI

111830316

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2024

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN DISKON HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE

Dipersempikan dan ditandatangani

EPI SUSANTI

Nomor Induk Mahasiswa: 111800116

telah dipertimbangkan di depan Tim Penguji pada hari Sabtu tanggal 1 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk dipertimbangkan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Administrasi (S.Ak.)

Sesunan Tim Penguji:

Pembimbing

Rumawan Sabito Azzahri, Dr., MPA., Ak., CA

Penguji

Darsono Utami, Dr., MBA., Ak., CA

Yogyakarta, 1 Juli 2024

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPS Yogyakarta

Ketua



Wisma Pringsu, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Kelengkapan Produk dan Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. Hasil penelitian ini, bahwa Kelengkapan Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. Diskon Harga memberikan kontribusi positif terhadap Keputusan Pembelian di Shopee.

Kata kunci: Pengaruh Kelengkapan Produk, Diskon Harga, dan Keputusan Pembelian Di Shopee.

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of product completeness and price discounts on purchasing decisions at Shopee. The results of this research are that product completeness has a positive influence on purchasing decisions at Shopee. Price discounts make a positive contribution to purchasing decisions at Shopee.

Keywords: Influence of Product Completeness, Price Discounts, and Purchasing Decisions on Shopee.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Penyebaran internet dan berbagai teknologi baru adalah bukti yang cepat kemajuan teknologi. Menurut Rusdiono (2019) internet juga memiliki kemampuan untuk mengubah masyarakat global, mengubah masyarakat lokal menjadi masyarakat internasional.

Karena adanya internet, masyarakat dapat dengan mudah berinteraksi dengan orang dari negara lain, tidak langsung mengubah gaya hidup umum, dengan pertemuan langsung diganti dengan pertemuan online. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Jumlah orang yang menggunakan internet telah meningkat sebesar 25,54 juta orang setiap tahun. 2018 menjadi 266,91 juta jiwa pada tahun 2019 dan 2020, dengan peningkatan 73,7% atau 196,71 juta jiwa (Kominfo, 2020).

Jaringan memiliki kemampuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat karena mereka memiliki kemampuan untuk mendorong bisnis dan membantu individu membuat keputusan yang lebih baik (Jonathan, 2013). Peningkatan jumlah orang yang menggunakan internet adalah hasil dari penggunaan internet untuk mengoperasikan bisnisnya (Bhalekar et al., 2014). Karena banyaknya manfaatnya, internet memiliki kekuatan untuk mengubah cara konsumen bertransaksi. saluran pengiriman biasa yang digunakan untuk membeli barang (Clemes, 2014). menunjukkan bahwa individu mungkin tertarik untuk membeli barang secara online. Bisnis mana pun pasti akan menghadapi persaingan dalam bisnisnya, jadi kualitas layanan harus menjadi prioritas utama bagi perusahaan agar dapat memuaskan pelanggannya. (Pajaitan 2016)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut data Iprice dari kuartal ketiga tahun 2020, Shopee, salah satu e-commerce paling populer saat ini, menawarkan berbagai layanan untuk produknya, seperti layanan, pengiriman, pembayaran tagihan, acara bulanan, voucher gratis ongkir, ShopeePay, reward koin paket data, pulsa, dan banyak lagi.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk membahas mengenai bagaimana kelengkapan produk dan diskon harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada aplikasi shopee , sehingga penulis mengambil judul “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee” Rumusan masalah

1. Karena kelengkapan produk, apakah pelanggan memilih untuk membeli produk melalui aplikasi Shopee?
2. Apakah pelanggan memilih untuk membeli barang di aplikasi Shopee berdasarkan kualitas pelayanan?
3. Apakah pelanggan memilih untuk membeli produk di aplikasi Shopee berdasarkan tiga faktor, yaitu kelengkapan produk, iklan, dan layanan?

Tujuan Penelitian

1. Mempelajari pengaruh kelengkapan produk sebagai pilihan pembelian.
2. Menmpelajari pengaruh diskon harga terhadap pilihan pembelian
3. Mempelajari pengaruh interaksi antara kelengkapan produk dan diskon harga terhadap pilihan pembelian.
4. Memberikan rekomendasi kepada shopee untuk meningkatkan keputusan pembeli.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Studi ini memberi penulis kesempatan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mereka tentang bidang manajemen pemasaran serta untuk menerapkan teori-teori yang mereka pelajari di kelas.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini seharusnya dapat membantu shopee dalam meningkatkan strategi pemasarannya, terutama dalam hal kelengkapan produk dan diskon harga. Shopee dapat mengetahui factor-faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat merumuskan yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan.

3. Bagi peneliti lain

Hasil peneliti ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian di bidang yang sama. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya, sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

KAJIAN PUSTAKA Landasan Teori

Landasan teori merupakan komponen penting dalam penelitian yang menguraikan teori-teori relevan yang mendukung topik penelitian. Teori yang mendukung penelitian ini yaitu PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN DISKON

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE. Teori yang digunakan adalah *theory of Planned behavioral* atau biasa disebut teori perilaku terencana yaitu teori minat seseorang terhadap perilaku saat melakukan tindakan tertentu yang memengaruhi perilaku seseorang, dan secara bersamaan dengan norma subjektif dan sikap model asli yang diberikan dengan perilaku ketika seseorang memiliki control atas keinginan tidak kompleks.

Kelengkapan Produk

Kotler (2002:448) Setiap barang yang dapat dijual di pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan individu disebut produk. Dengan mengatakan "*It will also include the company, and product brand name*", Dikatakan bahwa produk adalah seluruh penawaran yang biasanya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya, termasuk layanan, lokasi toko, dan nama barang dagangannya, Konsumen akan mendapatkan kesan yang baik dari suatu toko apabila toko tersebut memiliki barang.

Toko mempertimbangkan hal-hal berikut ketika mereka memilih produk yang akan dijual: (Gilbert, 2003:113):

- 1). Variety, Pilihan konsumen untuk suatu toko dapat dipengaruhi oleh kelengkapan barang yang tersedia.
- 2). Width or Breadth, Tersedianya produk tambahan sebagai bagian dari produk utama yang ditawarkan. Toko roti, misalnya, tidak hanya menjual roti tetapi juga menyediakan berbagai minuman.
- 3). Depth, merupakan kategori produk dan ciri-cirinya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4). Consistency, Produk yang sudah memenuhi keinginan konsumen harus tetap tersedia dengan menjaga kelengkapan, kualitas, dan harga yang dijual.

5). Balance, berhubungan erat dengan upaya untuk menyesuaikan jenis dan macam-macam.

Diskon Harga

Kotler (2012) menyatakan bahwa diskon dapat didefinisikan sebagai penurunan harga langsung produk yang dibeli selama periode waktu tertentu. Diskon, menurut Tjiptono (2008), Potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli itu sebagai hadiah mengenai kegiatan tertentu yang menguntungkan bagi penjual dan pembeli. Mereka menemukan bahwa diskon memengaruhi pilihan mereka untuk membeli sesuatu. Semakin banyak diskon yang tersedia di aplikasi Shopee akan menarik perhatian konsumen dan membuat mereka memutuskan untuk berbelanja. Ardiansyah dan Nurdin (2020) menunjukkan bahwa aplikasi harga diskon Shopee berhasil membuat konsumen memilih untuk membeli barang sesuai keinginan mereka.

Keputusan Pembelian

Schiffman dan Kanuk (2008:485) Keputusan berarti memilih lebih dari dua pilihan, atau dengan kata lain, pilihan harus tersedia saat seseorang mengambil keputusan. Sebaliknya, keadaan bukan keputusan jika pelanggan benar-benar dipaksa untuk melakukan tindakan dan membeli barang tertentu.

Peter dan Olson (2005:162), Proses menggabungkan pengetahuan untuk menilai dua atau lebih tindakan dan memilih salah satu di antaranya disebut "mengemukakan keputusan pembelian". Dari dua definisi ini, disarankan bahwa

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

jika seseorang menghadapi masalah setidaknya ada dua pilihan, keputusan dilakukan sebagai tindakan eksekusi. Kognisi, perhatian, pemahaman, dan penerjemahan informasi adalah bagian dari proses ini.

Kepercayaan

Kepercayaan konsumen sangat penting bagi mereka yang melakukan bisnis dalam penjualan online, karena dapat mengubah pengunjung menjadi pembeli. Selain itu, dengan meningkatnya jumlah kejahatan internet seperti penjualan barang palsu, penipuan dalam transaksi pembelian barang, dan lain-lain, pelaku bisnis harus mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan mereka bahwa transaksi mereka akan dilakukan dengan benar. Prompongstorn et al., (2012) mengatakan bahwa kepercayaan berbelanja online berbeda dari kepercayaan berbelanja offline karena Objektif Kepercayaan online adalah situs web, Internet, atau teknologi tertentu. Situs web perusahaan dapat dianggap sebagai toko yang membangun kepercayaan konsumen.

Hipotesis Dan Pengembangan

Berdasarkan penjelasan sebelumnya yang membentuk latar belakang penelitian, hipotesis berikut dibuat:

Menurut Kotler (2009), mengungkapkan bahwa Kelengkapan Produk adalah tersediannya semua jenis barang yang dibuat oleh produsen dan dapat dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh konsumen. Kelengkapan produk mencakup kedalaman, luas, dan kualitas produk, serta ketersediaan produk di toko setiap saat, menurut Utami (2010:162), dan Kotler dan Keller (2016:402) Ketersediaan setiap

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

barang dan jasa yang ditawarkan oleh penjual untuk dibeli disebut kelengkapan produk. Konsumen membeli barang karena mereka memenuhi keinginan mereka dan memberi manfaat tertentu. Merek, kelengkapan, keragaman, dan kualitas adalah indikator kelengkapan produk, menurut Kotler (2015:358).

H1: Kelengkapan Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di aplikasi Shopee.

Kotler mengatakan (dalam Wilujeng 2017) Potongan harga adalah penurunan harga eceran suatu produk yang ditunjukkan pada label atau kemasan. Diskon juga dapat berarti penurunan harga pada produk dalam jangka waktu tertentu, yang menjadi alasan yang kuat bagi pembeli untuk mendapatkan barang tersebut. Hal ini dikemukakan Kotler (dalam Wulandari et al., 2021) ,namun dengan waktu yang singkat, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Herlina et al (2012) menunjukkan bahwa Diskon berpengaruh terhadap minat pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya Diskon maka konsumen memiliki Keputusan Pembelian (K) terhadap suatu barang.

H2: Diskon Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di aplikasi Shopee.

Kerangka Pikir

Kerangka Pikir merupakan penjabaran dari hubungan terhadap variabel-variabel dalam penelitian. Pada Penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Kelengkapan Produk (X1), Diskon Harga (X2), dan keputusan pembelian (Y)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sebagai variabel dependen. Berdasarkan uraian diatas, kerangka pikir penelitian ini digambarkan sebagai berikut :

METODE PENELITIAN Sampel dan Data

Konsumen dalam penelitian ini disebut populasi

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang telah dipilih oleh peneliti untuk dipelajari. mencapai kesimpulan. Produk fashion pada aplikasi Shopee di Yogyakarta yang berjumlah 300 orang.

Penelitian dengan menggunakan metode purposive sampling.

Sebagaimana dinyatakan oleh Sugiyono (2017), jumlah karakteristik populasi digunakan untuk menghitung populasi. Metode pengambilan sampel yang didasarkan pada standar atau pertimbangan tertentu dikenal sebagai pengambilan sampel purposive. (Sekaran dan Bougie, 2020). Sehingga dalam penelitian ini kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel sebagai berikut:

1. Konsumen yang memiliki aplikasi Shopee aktif
2. Konsumen yang memiliki pengalaman pembelian produk yang ada di Shopee.
3. Konsumen yang pernah membeli produk di Shopee.

Penelitian menggunakan data kuantitatif. Metode ini didasarkan pada positivisme, atau data konkrit, dan terdiri dari angka-angka yang diukur dengan menggunakan statistik untuk menentukan hubungan antara masalah yang diteliti dan hasilnya. Penulis mengolah data mereka dan mencari hubungan antara variabel

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dependen dan independen. Data primer dikumpulkan sendiri oleh peneliti dari sumber pertama atau tempat objek penelitian.

Kuesioner yang akan disalurkan terhadap responden terdiri dari tiga bagian:

Bagian I : Pernyataan mengenai Kelengkapan Produk pada Aplikasi Shopee

Bagian II : Pernyataan mengenai Diskon pada Aplikasi Shopee

Bagian III : Pernyataan mengenai Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee

Administrasi Survey

Penelitian ini bertujuan untuk memahami adanya pengaruh Kelengkapan Produk terhadap keputusan pembelian dan mengetahui pengaruh Diskon terhadap keputusan pembelian . Populasi atau target pada penelitian ini yaitu, konsumen yang memiliki aplikasi Shopee dan pernah membeli sesuatu melalui Shopee. Sedangkan metode survei yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner. Dalam melakukan survei, peneliti akan mengembangkan kuesioner menggunakan google form dan membuat beberapa pernyataan terkait dengan variabel independen dan variabel dependen. Dalam melakukan penilaian, peneliti menggunakan skala Likert. Sugiyono (2016), dapat dipakai menilai perilaku, opini, pandangan seseorang atau sekelompok mengenai gejala social. Skala likert.

Model Penelitian

Peneliti menggunakan model yang bertujuan untuk menggambarkan hubungan antara Kelengkapan Produk, dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee

Pengujian Asumsi Klasik

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas ialah penghitungan statistik yang dalamnya terdapat hubungan antar variabel penjelasan yang saling bergerak. Multikolinearitas dapat Meningkatkan keanekaragaman parameter sehingga perhitungan mengakibatkan variabel penjelas kurang signifikan walaupun sudah menggunakan model yang benar. Syarat dari penggunaan uji multikolinearitas adalah nilai VIF lebih dari 5 atau 10, maka dapat diartikan dari regresi tersebut mengandung multikolinearitas (Montgomery, 2001). Semakin rendah VIF yang dihasilkan maka dapat dikatakan bahwa data itu baik, karena Variabel independen tidak berkorelasi. Uji Multikolinearitas juga dapat dilihat dari hasil Toleransi yang mana jika nilai Toleransi $> 0,10$ dan juga hasil VIF < 10 , maka dapat dipastikan data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gujarati (2006), Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varian residual dari dua pengamatan terjadi dalam suatu model. Uji White, yang membandingkan probabilitas χ^2 dengan tingkat signifikan 5%, dapat digunakan untuk menemukan masalah heteroskedastisitas dalam data panel. Nilai probabilitas yang dihasilkan melebihi dari signifikan, dari penelitian tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas. Selain itu untuk menguji masalah heteroskedastisitas juga dapat menggunakan uji Glejser, yaitu dengan kriteria jika T hitung $< T$ tabel dan sig. $> 0,05$ (5%), maka dapat diartikan bahwa data tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Metode uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah variabel ini berdistribusi normal, dependen, independen, keduanya, atau mendekati normal.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pada penelitian ini, nilai uji Kolmogorav-Smirnov kurang atau sama dengan 0.05, dan sebaliknya, nilai uji menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal.

menurut Ghozali dalam (Rahmayanti & Dermawan, 2023). Untuk uji normalitas ini jika sig lebih besar 0,05 (5%) maka diartikan data tersebut berdistribusi normal dan lulus uji normalitas.

Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menentukan beberapa pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen, Uji t juga digunakan untuk mengetahui hubungan parsial Variabel independen masing-masing dibandingkan dengan variabel dependen. dalam penelitian. Standar yang digunakan dalam uji t adalah apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka menerima H_a .

2. Uji F (Uji Model)

Seberapa efektif model regresi untuk memprediksi variabel dependen diukur dengan statistik F. Nilai probabilitas signifikansi untuk menguji hipotesis, nilai α 5% atau 0,05 akan digunakan. Standar penerimaan atau penolakan bergantung pada nilai probabilitas signifikansi; jika nilainya kurang dari 0,05, hipotesis dianggap diterima., yang berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen.; jika nilainya lebih dari 0,05 hipotesis ditolak. menurut Ghozali dalam (Rahmayanti & Dermawan, 2023).

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali dalam (Rahmayanti & Dermawan, 2023) Koefisien determinasi (R^2) ditempatkan pada model ringkasan dan ditulis sebagai nilai R persegi menggunakan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

program SPSS. Nilai R persegi yang lebih besar dari 0,5 dianggap baik karena nilai R persegi berkisar antara 0 dan 1, menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua data yang diperlukan untuk memprediksi variasi nilai. Koefisien determinasi dari data cross-section biasanya relatif mudah karena variasi yang signifikan dari masing-masing pengamat.

HASIL DAN PEMBAHASAN Deskripsi Shopee

Shopee, yang didirikan oleh CEO Chris Feng, Diluncurkan pertama kali di Singapura pada 2015. Setelah itu, diluncurkan di Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, dan Filipina. pada tahun yang sama. Pada 2019, Shopee mulai beroperasi di Brasil. Dengan menyediakan platform yang menghubungkan pembeli dan penjual di komunitas, perusahaan berharap dapat meningkatkan transformasi teknologi dan mengubah dunia. Pada awalnya, Shopee menggunakan sistem customer to customer (C2C), di mana pelanggan dapat menjual barang satu sama lain. Namun, saat ini, Shopee menggunakan sistem business to consumer (B2C), di mana model penjualan terjadi antara bisnis dan konsumen, seperti yang ditunjukkan oleh beroperasinya Shopee Mall.

Saat beroperasi, Shopee dapat diakses melalui aplikasi smartphone dan situs web. Shopee, yang menyediakan berbagai produk kebutuhan sehari-hari, mencapai rata-rata 93,4 juta kunjungan bulanan pada kuartal II-2020.

Shopee menawarkan layanan Call Center di 1500702, yang tersedia 24 jam , dari hari senin hingga minggu, termasuk Hari Libur Nasional, untuk membantu

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pelanggan yang memiliki pernyataan atau masalah tentang fitur dan kegiatan jual beli.

Hasil Uji Instrumen Uji Validitas

Ghozali (2009) menggunakan uji validitas untuk mengevaluasi validitas kuisisioner. Dalam kasus ini, pernyataan dalam kuisisioner yang berjudul Pengaruh Kelengkapan Produk dan Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee diuji validitas..

Uji Validitas ini dilakukan pada Konsumen Shopee dengan jumlah responden 100 Orang. Setelah hasil divalidasi, kuisisioner dapat dibagikan kepada sampel yang terlibat dalam penelitian. Untuk hasil perhitungan uji validitas, versi SPSS digunakan 20.0 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Uji Reabilitas

Pengaruh Kelengkapan Produk dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee diukur melalui uji coba reabilitas. Hasil perhitungan uji reabilitas ditunjukkan pada tabel berikut.

Hasil Uji Reliabilitas

Dari tabel 4.7 dapat dijelaskan bahwa setiap pertanyaan dari Variabel Keputusan Pembelian memiliki Cronbach's alpha 0,555 dengan keterangan Reliabel. Variabel Kelengkapan Produk memiliki Cronbach's alpha 0,599 dengan keterangan Reliabel. Variabel Diskon memiliki Cronbach's alpha 0,579 dengan keterangan Reliabel.

Deskripsi Hasil Penelitian

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui hasil tanggapan responden yang digunakan melalui item kuisisioner yang diajukan. Dalam analisis deskriptif ini penulis menyajikan pendapat responden berkaitan dengan penelitian dengan judul

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengaruh Kelengkapan Produk dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee.

Uji Hipotesis Uji t (Uji Parsial)

Ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial ditentukan melalui uji hipotesis atau uji parsial (uji t), yang memiliki tingkat signifikansi 0,05., Adapun hasil olahan data SPSS for windows versi 21 di peroleh outputnya.

Uji f (Simultan)

Berdasarkan output di atas diketahui bahwa Lebih kecil dari 0,05 ($0,017 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kelengkapan Produk (X_1) dan Diskon (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Shopee.

Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 secara simultan tidak berpengaruh .

Pembahasan

Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee

Berdasarkan hasil regresi linier didapat hasil kelengkapan produk memiliki hubungan negati terhadap keputusan pembelian, yang artinya jika kelengkapan produk buruk maka akan menurunkan keputusan pembelian di Shopee

Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan hasil bahwa kelengkapan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Shopee yang dibuktikan dengan nilai Sig lebih besar dari 0,05 ($0,100 > 0,05$).

Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee

Berdasarkan hasil regresi linier didapat hasil diskon memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian yang artinya jika diskon baik maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan bahwa diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan nilai Sig lebih kecil dari 0,05 ($0,012 < 0,05$).

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kelengkapan produk secara parsial tidak berpengaruh atas keputusan pembelian di Shopee yang dibuktikan dengan nilai Sig lebih besar dari 0,05.
2. Secara parsial diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Shopee yang dibuktikan dengan nilai Sig lebih kecil dari 0,05.
3. Secara simultan kelengkapan produk dan diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Shopee.

Saran

1. Diperlukan kepada Shopee untuk melakukan pembaharuan dan memajukan kelengkapan produk pada aplikasi Shopee agar dapat menarik lebih banyak konsumen.
2. Diharapkan bahwa peneliti lain akan melanjutkan penelitian ini karena faktor-faktor yang mempengaruhi masih ada. keputusan pembelian yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Fariqhah Nur Azizah, F. N. (2021). PENGARUH KUALITAS LAYANAN E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP. *Volume 1 Nomor 1, Maret 2021, 1, 56-67.*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kominfo. (2020). Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital. Diakses pada 3 Desember 2020, dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasidigital/0/berita_satker.

Bhalekar, P., Ingle, S., & Pathak, K. (2014). The Study of E-commerce. *Asian Journal of Computer Science And Information Technology*. 4(3): 25-27.

Panjaitan, J. E. dan Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen*. 11(2): 265-289.

Clemes, M. D., Gan, C., Zhang, J. (2014). An empirical analysis of online shopping adoption in Beijing, China. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 21(3): 364– 375.

Kotler, Philip. 2002. *Marketing Management*. New Jersey: The Millennium Edition,

Gilbert, David. 2003. *Retail Marketing Management*. New Jersey: PrenticeHall. PrenticeHall International Edition.

Tjiptono, Fandy. 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta

Schiffman, Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: PT. Indeks

Peter, Olson. 2005. *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*. New York: McGraw - Hill.

Promongsatorn, C., Sakthong, N., Chaipoopirutana, S., & Combs, H. (2012). The Factors Influencing Consumer Trust Of Internet Shopping In

Thailand. *Proceedings of ASBBS*, 736– 745. Alreza AH. 2013. “Pengaruh kelengkapan produk dan layanan teradap keputusan

pembelian”. Skripsi, FE, Manajemen. Universitas Negeri Semarang, Semarang.

Anwar, M. S. (2021). Pengaruh Diskon Harga, Endorsement, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–95

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



