

**ANALISIS PENGARUH HARGA DISKON, GRATIS ONGKIR DAN ULASAN PEMBELIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE (Study Kasus Pengguna Shopee di Kabupaten Sragen)**

**Yasinta Marta Ashari<sup>1</sup>, Indra Hastuti<sup>2</sup>, Agus Suyatno<sup>3</sup>**  
 Universitas Duta Bangsa Surakarta, Email: itsmeyasin08@gmail.com

<b>ARTICLE INFO</b>	<b>ABSTRACT</b>
<p><b>Article History</b></p> <p><b>Keywords:</b> Discount Prices, Free Shipping, Purchase Reviews, Purchase Decisions</p>	<p><i>E-commerce (Electronic Commerce) is the sale or purchase of goods or services via a computer network using methods specifically designed to receive or place orders. The purpose of this research is to find out whether discount prices have a significant effect on purchasing decisions, free shipping has an effect on purchasing decisions, and purchase reviews have an effect on purchasing decisions. The type of research used is survey research, with quantitative analysis. Data obtained was 100 respondents using purposive sampling technique from Shopee application users in Sragen Regency. Processed using the SPSS version 26 64 Bit application, namely Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, F Test, T Test and Coefficient of Determination. The Likert scale used in this survey has a weight of 1 to 5. The research results state that Discount Prices have a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Free Shipping has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, and Purchase Reviews have a positive and significant effect on Purchasing Decisions</i></p>
<b>INFORMASI ARTIKEL</b>	<b>ABSTRAK</b>
<p><b>Riwayat Artikel</b></p> <p><b>Kata Kunci</b>                      Harga Diskon, Gratis Ongkir, Ulasan Pembelian, Keputusan Pembelian</p>	<p><i>E-commerce (Elektronik Commerce) adalah penjualan atau pembelian barang atau jasa melalui jaringan komputer dengan menggunakan metode yang dirancang khusus untuk menerima atau melakukan pemesanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah harga diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, gratis ongkir berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan ulasan pembelian berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey, dengan analisis kuantitatif. Data yang diperoleh sebanyak 100 responden dengan Teknik purposive sampling pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Sragen. Diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 26 64 Bit yaitu Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji F, Uji T dan Koefisien Determinasi. Skala Likert yang digunakan pada survei ini dengan bobot 1 sampai 5. Hasil penelitian menyatakan bahwa Harga Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Gratis Ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Ulasan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.</i></p>

**A. Pendahuluan**

*E-commerce (Elektronik Commerce)* adalah penjualan atau pembelian barang atau jasa melalui jaringan komputer dengan menggunakan metode yang dirancang khusus untuk menerima atau melakukan pemesanan menurut OECD 2019 (BPS 2019). Toko online Shopee menempati peringkat pertama aplikasi belanja yang sering dikunjungi berikut adalah grafik bahwa Shopee berada di urutan teratas dibandingkan dengan aplikasi belanja lainnya.

Gambar 3. *E-commerce* paling banyak dikunjungi sepanjang 2023

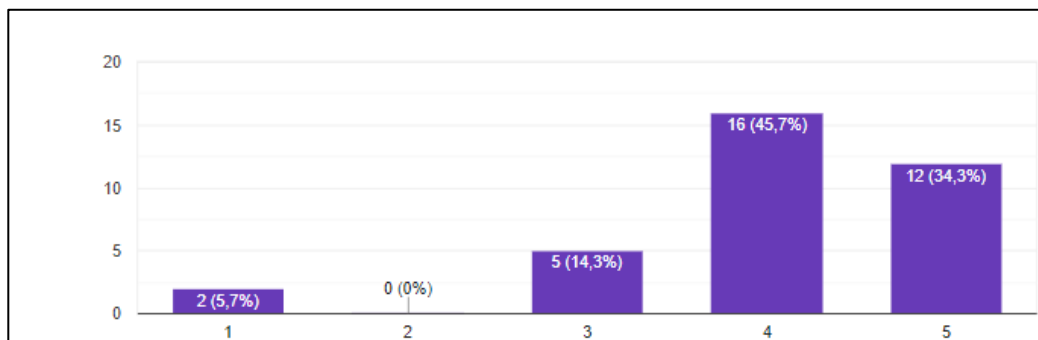


Sumber: <https://goodstats.id/infographic>

Hingga pertengahan tahun 2023, aplikasi Shopee masih terus mendominasi pasar *e-commerce* Indonesia. Jika digabungkan dengan data SimplyWeb, Shopee memiliki 158 juta pengunjung pada kuartal pertama tahun 2023 dan 167 juta pengunjung pada kuartal kedua tahun 2023.

Berdasarkan hasil survei awal menggunakan Google form terhadap 35 responden mengenai harga diskon, gratis ongkir dan ulasan pembelian mengenai keputusan pembelian Gen Z pada toko online Shopee di Kabupaten Sragen, di peroleh data sebagai berikut:

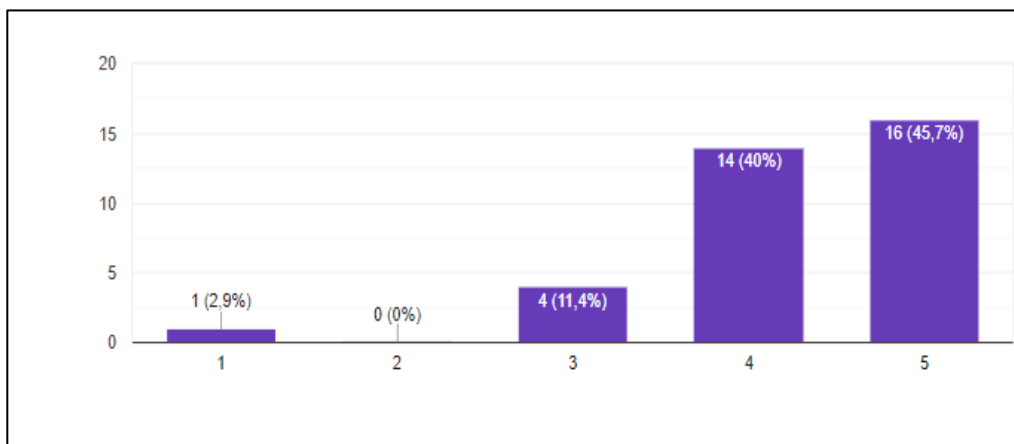
Gambar 1. Belanja di Shopee karena harga diskon



Sumber: Survei Awal

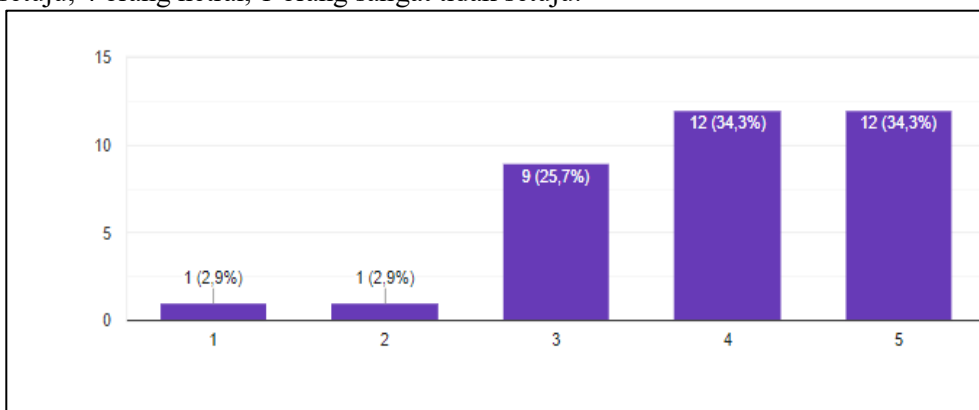
Berdasarkan data menunjukkan 35 orang responden yang di survey, yang telah menggunakan aplikasi belanja online Shopee, mayoritas responden berbelanja karena harga diskon, yaitu 12 orang menyatakan sangat setuju, 16 orang setuju, 5 orang netral, 2 orang sangat tidak setuju.

Gambar 2. Belanja di Shopee karena gratis ongkir



Sumber: Survey Awal

Berdasarkan data menunjukkan 35 orang responden yang di survey, yang telah menggunakan aplikasi belanja online Shopee, mayoritas responden berbelanja karena gratis ongkir, yaitu 16 orang menyatakan sangat setuju, 14 orang setuju, 4 orang netral, 1 orang sangat tidak setuju.



Gambar 3. Belanja di Shopee karena ulasan pembelian

Sumber: Survey Awal

Berdasarkan data menunjukkan 35 orang responden yang di survey, yang telah menggunakan aplikasi belanja online Shopee, mayoritas responden berbelanja karena ulasan pembelian, yaitu 12 orang menyatakan sangat setuju, 12 orang setuju, 9 orang netral, 1 orang tidak setuju, 1 orang sangat tidak setuju.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah harga diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, gratis ongkir berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan ulasan pembelian berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan permasalahan yang diuraikan dalam latar belakang di atas maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Diskon, Gratis Ongkir Dan ulasan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Aplikasi Shopee Pada Generasi Z (Survey di Kabupaten Sragen)”.

**B. Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh responden. Data yang diperoleh sebanyak 100 responden dengan Teknik *purposive sampling* pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Sragen. Diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 26 64 Bit yaitu Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji F, Uji T dan Koefisien Determinasi. Skala Likert yang digunakan pada survei ini dengan bobot 1 sampai 5.

**C. Hasil dan Pembahasan**

Pada bagian ini dijelaskan hasil penelitian dan sekaligus diberikan pembahasan yang komprehensif. Hasil dapat disajikan dalam bentuk gambar, grafik, tabel dan lain-lain yang membuat pembaca mudah memahami. Pembahasan dapat dilakukan dalam beberapa sub bab. [ditulis dengan font times new roman size 11 spasi 1 normal].

**1. Hasil Uji Instrumen\**

Terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reabilitas yaitu sebagai berikut:

**a) Uji Validita dan Reabilitas**

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas**

Butir	r tabel	r hitung	Keterangan
X1.1	0,498	0,1966	Valid
X1.2	0,448	0,1966	Valid
X1.3	0,478	0,1966	Valid
Reliabilitas	0,852	0,07	Reliabel
X2.1	0,594	0,1966	Valid
X2.2	0,571	0,1966	Valid
X2.3	0,644	0,1966	Valid
X2.4	0,626	0,1966	Valid
Reliabilitas	0,754	0,07	Reliabel
X3.1	0,617	0,1966	Valid
X3.2	0,652	0,1966	Valid
X3.3	0,644	0,1966	Valid
X3.4	0,652	0,1966	Valid
X3.5	0,644	0,1966	Valid
Reliabilitas	0,754	0,07	Reliabel
Y1	0,726	0,1966	Valid
Y2	0,714	0,1966	Valid
Y3	0,747	0,1966	Valid
Y4	0,671	0,1966	Valid
Y5	0,777	0,1966	Valid
Reliabilitas	0,819	0,07	Reliabel

Sumber: Data Primer, Diolah 2024

Berdasarkan tabel 1. hasil uji validitas variabel X1, X2, X3 dan Y diatas menunjukkan semua butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yang mengartikan bahwa setiap item pertanyaan diatas benar – benar bisa mengukur variabel yang dimaksud. Perolehan nilai Cronbach’s Alpha untuk variabel Diskon Harga (X1), Gratis Ongkir (X2), Ulasan Pembelian (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) adalah reliabel. Nilai Cronbach’s Alpha masing-masing variabel melebihi 0,600. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan reliabel dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik  
a) Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		<i>Unstamdardized Residual</i>
<i>N</i>		100
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2.08116662
<i>Most Extreme</i>	<i>Absolute</i>	.065
	<i>Positive</i>	.065
	<i>Negative</i>	-.054
<i>Test Statistic</i>		.065
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 <sup>e,d</sup>
<p><i>a. Test distribution is Normal.</i>  <i>b. Calculated from data</i>  <i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>  <i>d. This is a lower bound of the true significance.</i></p>		

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov test* (K-S) diperoleh *p-value* 0200 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual terdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.633	2.051		2.259	.026		
	Harga Diskon	.738	.074	.729	9.950	.000	.935	1.070
	Gratis Ongkir	.037	.041	.064	.904	.368	.993	1.007
	Ulasan pembelian	-.039	.077	-.037	-.508	.613	.932	1.072

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Dari semua variabel independen tidak ada nilai VIF di atas 10 dan Tolerance lebih besar dari 0,10. Berarti dapat disimpulkan tidak terdapat gangguan pada uji multikolinearitas pada penelitian ini, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dan layak digunakan.

c) Uji Heterokedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.721	1.336		.540	.591
	Harga Diskon	-.006	.048	-.013	-.124	.902
	Gratis Ongkir	.017	.027	.066	.644	.521
	Ulasan pembelian	.035	.050	.072	.687	.494

a. Dependent Variable: ABSRES\_1

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Hasil *output* perhitungan uji Heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser* menunjukkan *p-value* untuk vairabel Harga Diskon( $X_1$ ) sebesar 0,902, Gratis Ongkir ( $X_2$ ) sebesar 0,521, dan Ulasan pembelian( $X_3$ )sebesar 0,494, semua *p-value* > 0,05 artinya model regresi yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis  
 a) Hasil Uji T

**Tabel 5. Hasil Uji T**

<i>Coefficients<sup>a</sup></i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.633	2.051		2.259	.026
	Harga Diskon	.738	.074	.729	9.950	.000
	Gratis Ongkir	.037	.041	.064	.904	.008
	Ulasan pembelian	.039	.077	-.037	.508	.003
a. Dependent Variable: Keputusan pembelian						

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Hasil Uji T tersebut adalah 1) Uji pengaruh Harga Diskon terhadap Keputusan Pembelian seperti tabel 4.12, diperoleh nilai t hitung sebesar 9,950 dengan nilai  $(0,000) < 0,05$  yang berarti Harga Diskon berpengaruh signifikan positif untuk meningkatkan Keputusan Pembelian. 2) Uji pengaruh Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian seperti pada tabel 4.12, diperoleh nilai t hitung sebesar 0,904 dengan nilai  $(0,008) < 0,05$  yang artinya gratis ongkir berpengaruh signifikan positif untuk meningkatkan Keputusan Pembelian. 3) Uji pengaruh Ulasan pembelian terhadap Keputusan Pembelian seperti pada tabel 4.12 diperoleh nilai t hitung sebesar 0,508 dengan nilai  $(0,003) < 0,05$  yang artinya Ulasan pembelian berpengaruh signifikan positif untuk meningkatkan Keputusan Pembelian.

b) Hasil Uji F

**Tabel 6. Hasil Asumsi Uji F**

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	461.566	3	153.855	34.446	.000 <sup>b</sup>
	Residual	428.794	96	4.467		
	Total	890.360	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Harga Diskon, Gratis Ongkir, Ulasan pembelian						

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Hasil analisis diperoleh nilai F hitung sebesar 34,446 dengan *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan variabel bebas yaitu variabel Harga Diskon( $X_1$ ), Gratis Ongkir ( $X_2$ ), dan Ulasan pembelian( $X_3$ ) dan Keputusan Pembelian (Y) dapat ditarik kesimpulan model regresi linear berganda yang digunakan sudah tepat (fit).

c) Hasil Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 <sup>a</sup>	.518	.503	2.113
a. Predictors: (Constant), Harga Diskon, Gratis Ongkir, Ulasan pembelian				

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Hasil perhitungan diperoleh nilai *Adjusted R<sup>2</sup> Square* = 0,503 diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas yaitu variabel Harga ( $X_1$ ), Gratis Ongkir, ( $X_2$ ), dan Ulasan pembelian ( $X_3$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ) mempunyai pengaruh yang nyata sebesar 50,3% sedangkan sisanya ( $100\% - 50,3\%$ ) = 49,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

4. Pembahasan

a) Pengaruh Harga Diskon Terhadap Keputusan pembelian

Dari hasil pengujian Hipotesis secara parsial ini menunjukkan bahwa Harga Diskon diperoleh dari nilai t hitung sebesar 9.950 dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang pertama diterima. Dapat disimpulkan bahwa diskon harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

b) Pengaruh Gratis Ongkir Terhadap Keputusan pembelian

Dari hasil pengujian Hipotesis secara parsial ini menunjukkan bahwa harga diperoleh dari nilai t hitung sebesar 0,904 dengan nilai sig  $0,008 < 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang kedua diterima. Dapat disimpulkan bahwa gratis ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

c) Pengaruh Ulasan pembelian Terhadap Keputusan pembelian

Dari hasil pengujian Hipotesis secara parsial ini menunjukkan bahwa Ulasan pembelian diperoleh dari nilai t hitung sebesar 0,508 dengan nilai sig  $0,003 < 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang ketiga diterima. Dapat disimpulkan bahwa ulasan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

D. Simpulan

Kesimpulan pada penelitian ini yaitu Harga Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Gratis Ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Ulasan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Saran untuk dapat menambah variabel mungkin akan memberikan hasil yang lebih baik selain variabel Harga Diskon, Gratis Ongkir dan ulasan pembelian

E. Ucapan Terima Kasih [Times New Roman 11 bold]

Ucapan terima kasih dan apresiasi diberikan kepada berbagai pihak baik pemberi dana ataupun pihak lain khususnya kepada orang tua dan teman-teman yang telah turut serta dalam membantu terlaksananya program penelitian dan mohon maaf apabila ada kekurangan pada penelitian ini.

## F. Referensi

- Alawiyah, T. (2023). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Event Tanggal Kembar (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 18(1).
- Amalia, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis Siaran Iklan dan Gratis Ongkos Kirim sebagai Tipu Muslihat di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada E-Commerce Shopee) Universitas Telkom. 5(2), 571–579.
- Amelia, N. (2020). Analisis Pengaruh Diskon, Promosi, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa STIE Malangkececwara). Malang: STIE Malangkececwara.
- Elnino, S. R., Lesawengen, L., & Lasut, J. J. (2020). Tindakan konsumtif dalam aktivitas belanja online mahasiswa di fakultas ilmu sosial dan politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *HOLISTIK, Journal of Social and Culture*, 13(3)
- Gunawan, D. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hardiyanto, N., Gunawan, A. I., Rafdinal, W., & Afif, N. C. (2020). Analisis Perilaku Belanja Online Selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 6(3), 120–130. <https://doi.org/10.35313/JRBI.V6I3.2246>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press
- Istiqomah, Mira, dan Marlina, N. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2)
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian. Pekalongan : Penerbit NEM
- Listia, R. V., Ernestivita, G., & Suhardi, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Generasi Z). *Disertasi*. Kediri : Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Melati, R. S., dan Dwijayanti, R. (2020). PENGARUH HARGA DAN ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CASE HANDPHONE PADA MARKETPLACESHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(2)
- Mulyawan, W., & Alia, W. (2020). APBN dan Pendapatan Nasional. *Islamic Economics Journal*, 1(2), 59 - 67.
- Nurivananda, S. M., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada

Konsumen Generasi Z @ Scarlett Whitening di Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3664-3671.

Philip Kotler & Gary Armstrong. (2019) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

Sari, E. (2022). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Hkbp Nommensen Medan).

Sazali, H., & Rozi, F. (2020). Belanja Online dan Jebakan Budaya Hidup Digital pada Masyarakat Milenial. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 6(2), 85–95. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i2.3556>

Shofi'ul, A., Basalamah M, R., Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *EJrm*, 10(15)