

Pengaruh Diskon, Gratis Ongkir, Dan Ulasan Pembeli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Belia Cosmetic Di Shopee

Rizna Intani Shaubil Haq¹, Ayun Maduwinarti², Ute Chairuz M.Nasution³

^{1,2,3}Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Intani.rizna@gmail.com¹, ayun@untag-sby.ac.id², utenasution@untag-sby.ac.id³

Abstract

The Covid-19 pandemic has made many people start switching to online shopping. Social distancing makes people choose buy online to reduce contact with other people. Beauty care products are one of the best-selling products in the Shopee online store. Many sellers who sell the same product makes each seller do strategy to promote their products so that they are chosen by consumers. The purpose of this study was to determine the effect of Discounts, Free Shipping, and Online Customer Reviews on Purchase Decisions at the Belia Cosmetic online store at Shopee. The research method used is quantitative research using a questionnaire as an instrument. The population in this study were female consumers who had purchased at the Belia Cosmetic store at Shopee. The sample of this study used non-probability (non-random sampling) with a purposive sampling technique totaling 100 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that all independent variables Discounts, Free Shipping and Online Customer Reviews, have a positive and significant influence on the dependent variable, namely purchasing decisions at the Belia Cosmetic online store at Shopee.

Keywords: Promotion, Buyer Reviews, Purchase Decision

Abstrak

Masa pandemic Covid19 membuat banyak orang mulai beralih untuk berbelanja secara online. Adanya *sosial distancing* membuat orang-orang memilih untuk berbelanja secara online guna untuk mengurangi kontak dengan orang lain. Produk perawatan dan kecantikan merupakan salah satu produk terlaris di toko online Shopee. Banyaknya *seller* yang menjual produk yang sama membuat setiap *seller* melakukan berbagai cara untuk mempromosikan produknya agar dipilih oleh konsumen. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh Diskon, Gratis Ongkir, dan Ulasan Pembeli terhadap Keputusan Pembelian pada toko online Belia Cosmetic di Shopee. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen perempuan yang pernah membeli di toko Belia Cosmetic di Shopee. Sampel penelitian ini menggunakan *non-probability* (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan Teknik pengambilan *purposive sampling* berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independent yaitu Diskon, Gratis Ongkir dan Ulasan Pembeli mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada toko online Belia Cosmetic di Shopee.

Kata Kunci: Promosi, Ulasan Pembeli, Keputusan pembelian

Pendahuluan

Kondisi pandemi Covid-19 dan penerapan pembatasan aktivitas masyarakat atau *social distancing* memunculkan perilaku konsumen yang baru. Adanya *social distancing* membuat banyak orang mulai beralih untuk berbelanja secara *online* guna untuk meminimalisir penularan Covid-19. Untuk dapat terus berjalan, banyak pebisnis *offline* yang juga mulai masuk ke dalam bisnis *online* melalui beberapa *e-commerce marketplace* yang tersedia di Indonesia .

Beberapa *seller* shopee memanfaatkan fitur promosi yang disediakan oleh shopee seperti fitur diskon dan fitur gratis ongkir. Hal tersebut sebagai salah satu cara yang dilakukan *seller* untuk meningkatkan pendapatan dan menarik konsumen untuk membeli produk di toko mereka. Diskon menurut Assauri (dalam mariana, 2009:49) dalam jurnal (Fitri, 2017) merupakan potongan harga yang ada, dimana pengurangan tersebut dapat berbentuk tunai atau berupa potongan yang lain. Di Shopee banyak sekali *seller* yang menjual produk yang sama dan sejenis. Untuk dapat bersaing dengan kompetitor produk yang sama dan sejenis, banyak *seller* yang menggunakan diskon agar lebih menarik konsumen.

Gratis ongkos kirim adalah bentuk persuasif langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan (Tjiptono, 2008) dalam jurnal (Shoffi'ul Auli, Ridwan Basalamah, M dan Millannintyas, 2021) Pada saat berbelanja online, ada biaya ongkos kirim yang harus di bayarkan oleh konsumen. Banyak konsumen yang merasa keberatan jika harus menanggung ongkos kirim yang terlalu mahal. Adanya voucher gratis ongkir menarik konsumen untuk segera berbelanja dan melakukan transaksi.

Online customer review (OCR) adalah ulasan yang diberikan oleh konsumen terkait dengan informasi atas evaluasi suatu produk tentang berbagai macam aspek. Dengan informasi tersebut, konsumen bisa mendapatkan kualitas produk yang dicari dari ulasan dan pengalaman yang ditulis oleh konsumen lain yang telah membeli produk dari penjual online sebelumnya (Mo & Fan, 2015) dalam (Mulyati & Gesitera, 2020). Ulasan pembeli yang negatif dikhawatirkan dapat mengurangi tingkat kepercayaan konsumen kepada *seller*. Banyaknya ulasan yang positif dari pembeli lain mengenai toko tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen untuk berbelanja di toko *online* tersebut.

Belia Cosmetic merupakan *reseller* yang menjual berbagai produk brand lokal maupun impor. Belia cosmetics merupakan *seller* yang sering melakukan promosi dengan menggunakan fitur diskon yang di sediakan oleh shopee. Fitur diskon dalam *marketplace* shopee dapat berupa potongan harga, voucher potongan dengan minimal pembelian, *flash sale*, paket kombo, dan sebagainya.

Diskon, gratis ongkir, dan ulasan pembeli merupakan beberapa kriteria dan faktor yang dilihat oleh konsumen saat hendak berbelanja secara online. Namun tidak hanya itu, mengetahui saat ini mudahnya konsumen dalam melihat dan membandingkan harga, mudahnya konsumen mendapatkan informasi mengenai sebuah produk dan toko *online* dan juga banyaknya produk serta *seller* yang juga mengikuti program diskon dan gratis ongkir, membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan memilih judul **“Pengaruh Diskon, Gratis ongkir, dan Ulasan Pembeli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Belia Cosmetics Di Shopee”**

Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian pada toko online belia cosmetics di shopee
2. Pengaruh gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada toko online Belia Cosmetic di shopee
3. Pengaruh ulasan pembeli terhadap keputusan pembelian pada toko online belia cosmetics di shopee

4. Pengaruh variabel diskon, gratis ongkir dan ulasan pembeli secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada toko online belia cosmetics di shopee

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon, gratis ongkir dan ulasan pembeli terhadap keputusan pembelian pada toko online Belia Cosmetic di Shopee.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini kuesioner di butuhkan untuk mengumpulkan data dari responden. Untuk membuat kuesioner secara online, alat yang digunakan adalah google formulir. Alasan menggunakan google formulir atau kuesioner *online* adalah mudahnya menyebarkan kuesioner kepada responden

Analisis data

Dalam penelitian ini untuk menguji instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas sedangkan untuk uji hipotesis menggunakan Uji Regresi Linear Berganda, Uji Koefisien determinas (R Square), Uji Parsial (Uji t), Uji Simultan (Uji F)

Hasil dan Pembahasan

1. Usia Responden

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden menunjukkan bahwa jumlah responden dengan usia < 17 tahun berjumlah 3 orang dengan persentase sebesar 3% , usia 17-20 tahun adalah 29 orang dengan persentase sebesar 29% dan responden dengan usia > 20 tahun adalah 68 orang dengan persentase sebesar 68 %.

2. Pekerjaan (Status)

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden yang berstatus sebagai siswa berjumlah 4 orang (4%), Mahasiswa 47 Orang (47%), Pekerja Swasta 30 Orang (30%), PNS 7 Orang (7%), dan Lainnya 12 Orang (12%) . Dengan total responden 100 Orang.

3. Pendapatan (Perbulan)

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden dengan pendapatan > Rp.1.000.000 berjumlah 44 Orang atau 44% , Pendapatan Rp.1.000.000 – Rp.3.000.000 berjumlah 19 Orang atau 19% dan pendapatan > Rp.3.000.000 berjumlah 37 Orang atau 39%. Dengan total semua responden yaitu 100 orang.

Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.123	.416		2.698	.008
	X1	.178	.060	.243	2.951	.004
	X2	.345	.082	.397	4.209	.000
	X3	.235	.100	.211	2.359	.020

Sumber: Diolah penulis, menggunakan spss26

Dari tabel diatas menunjukkan hasil koefisien regresi. Nilai persamaan yang di pakai adalah yang ada pada kolom b koefisien. Standart persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 1.123 + 0,178 X1 + 0,345 X2 + 0,235 X3$$

Dari hasil tersebut di peroleh bahwa variabel Diskon (X1), Gratis Ongkir (X2), dan Ulasan Pembeli (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara linear. Berdasarkan data diatas maka dapat dilihat dalam regresi linear berganda sebagai berikut :

1. $a = 1.123$

Konstanta sebesar 1.123 artinya yaitu jika variabel Diskon (X1), Gratis ongkir (X2) dan Ulasan pembeli (X3) bernilai 0 / konstan , maka Keputusan Pembelian akan bertambah sebesar 1.123.

2. $b_1 = 0,178$

Koefisien regresi variabel Diskon (X1) sebesar 0,178. Artinya jika variabel X1 naik satu satuan maka variabel Y akan meningkat sebesar 0.178, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

3. $b_2 = 0,345$

Koefisien regresi variabel Gratis Ongkir (X2) sebesar 0,345. Artinya jika variabel X2 naik satu satuan maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,345, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

4. $b_3 = 0,235$

Koefisien regresi variabel Ulasan Pembeli (X3) sebesar 0,235. Artinya jika variabel X3 naik satu satuan maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,235, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square / R^2)

Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square / R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 ^a	.446	.429	.35507
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Diolah peneliti menggunakan spss26

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh hasil uji koefisien determinasi sebesar 0.446 atau 44,6% . Hal ini berarti menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Diskon, Gratis Ongkir dan Ulasan Pembeli terhadap Keputusan pembelian pada toko online Belia Cosmetic Di Shopee 44,6% sedangkan sisanya 55,4% dipengaruhi faktor lain.

3. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4.23. Hasil Uji Parsial (Uji t) coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.123	.416		2.698	.008
	X1	.178	.060	.243	2.951	.004
	X2	.345	.082	.397	4.209	.000
	X3	.235	.100	.211	2.359	.020

Sumber: Diolah peneliti menggunakan spss26

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat hasil dari uji parsial (uji t) adalah sebagai berikut :

1. Hasil uji t diatas, nilai t hitung pada variable Diskon (X1) sebesar 2.698, lebih besar dari t tabel 1.66088, sedangkan pada tabel Sig sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05 yang berarti secara parsial Diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online Belia Cosmetic di Shopee.
2. Hasil uji t diatas, nilai t hitung pada variable Gratis Ongkir sebesar 4,209, lebih besar dari t tabel 1.66088, sedangkan pada tabel Sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti secara parsial Gratis Ongkir berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online Belia Cosmetic di Shopee.

3. Hasil uji t diatas, nilai t hitung pada variable Ulasan Pembeli sebesar 2.359, lebih besar dari t tabel 1.66088, sedangkan pada tabel Sig sebesar 0,020 lebih kecil dari 0,05 yang berarti secara parial Ulasan Pembeli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online Belia Cosmetic di Shopee.

4. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.24 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.751	3	3.250	25.780	.000 ^b
	Residual	12.103	96	.126		
	Total	21.854	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Sumber: Diolah peneliti menggunakan spss26

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa hasil signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 dan berdasarkan nilai F yang terdapat pada tabel dengan nilai sebesar 25.780 lebih besar dari f tabel 2.70 , yang berarti menunjukkan bahwa secara bersama-sama variable Diskon (X1), Gratis Ongkir (X2) dan variabel Ulasan Pembeli (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembeli (Y) pada toko online Belia Cosmetic di Shopee.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa dari data yang dikumpulkan tersebut bahwa mayoritas responden yang mengisi berusia > 20 Tahun sebanyak 68 Orang, Pekerjaan (status) paling banyak yaitu Mahasiswa sebanyak 47 Orang, dan pendapatan < Rp.1.000.000 berjumlah 44 orang .

Berdasarkan hasil Uji parsial (Uji t) bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini seperti Diskon (X1), Gratis Ongkir (X2) dan Ulasan Pembeli (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online Belia Cosmetic di Shopee. Kemudian berdasarkan Uji simultan (Uji F) diketahui bahwa Diskon (X1), Gratis Ongkir (X2) dan Ulasan pembeli (X3) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online Belia Cosmetic di Shopee.

Daftar Pustaka

- Fitri, D. C. (2017). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying di Giant Ekstra (Survey pada Konsumen Giant Ekstra di Hyperpoint Pasteur Bandung). *Diploma Thesis, Universitas Komputer Indonesia.*, 16–45.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Shoffi'ul Auli, Ridwan Basalamah, M dan Millannintyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 111–121. www.fe.unisma.ac.id