

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada pengguna tokopedia

Ginanajar Rahmawan^{1*}, Rizki Hidayat²

^{1,2}Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Surakarta.

¹Email: grahmawan@stiesurakarta.ac.id

²Email: riskihidayat@gmail.com

Abstrak

Keputusan Pembelian setiap orang terhadap suatu produk dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keamanan, kemudahan, kualitas layanan, dan lifestyle. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh seperti keamanan, kemudahan, kualitas layanan, dan lifestyle terhadap keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia di kota Solo. Penelitian ini diukur dengan menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada masyarakat solo yang pernah membeli di Tokopedia. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrument data (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas), analisis regresi berganda, dan uji hipotesis (uji t dan uji R²) dengan bantuan *software* SPSS 25.0 for windows. Hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa secara parsial keamanan (X₁), kemudahan (X₂), kualitas layanan (X₃), *lifestyle* (X₄) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada pengguna Tokopedia di kota Solo. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan memperluas wilayah penelitian, serta menambah jumlah responden agar dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

Kata Kunci: Keamanan; kemudahan; kualitas layanan; lifestyle; keputusan pembeli

Factors that influence purchasing decisions on tokopedia users

Abstract

Everyone's purchase decision for a product can be influenced by various factors, such as safety, convenience, service quality, and lifestyle. The purpose of this study is to analyze the influence such as security, convenience, service quality, and lifestyle on purchasing decisions on Tokopedia users in the city of Solo. This research was measured using a questionnaire aimed at solo people who had bought at Tokopedia. The sample in this study amounted to 96 respondents with a purposive sampling technique. The data analysis technique used is the instrument data test (validity and reliability test), the classic assumption test (normality test, multicollinearity, heteroskedasticity), multiple regression analysis, and hypothesis testing (t-test and R² test) with the help of SPSS 25.0 software for windows. The results of data analysis can be concluded that partially security (X₁), convenience (X₂), service quality (X₃), *lifestyle* (X₄) have a significant effect on purchasing decisions (Y) on Tokopedia users in the city of Solo. For further research, it is recommended to look for variables other variables that can influence purchasing decisions and expand the area of research, as well as increase the number of respondents to represent the real situation.

Keywords: Safety; convenience; service quality; lifestyle; buyer decision

PENDAHULUAN

Lembaga riset iPrice Group, merilis daftar persaingan toko online di Indonesia. Tokopedia memimpin jajaran toko online tersebut dengan pengunjung 168 juta pada 2018. Bukalapak menjadi toko online yang menduduki peringkat kedua dalam persaingan toko online dengan pengunjung 116 juta pada 2018. Sementara itu, Shopee berada di urutan ketiga dengan pengunjung 67 juta pada 2018.

Tokopedia didirikan pada 17 Agustus 2009 dengan visi membangun Indonesia lebih baik melalui internet, tokopedia tumbuh sangat pesat dan menjadi marketplace terbesar di Indonesia. Sejak berdiri, tokopedia pernah meraih penghargaan Bubu Awards pada tahun 2009 dimana tokopedia dinobatkan sebagai perusahaan e-commerce terbaik.

Dengan adanya marketplace, peningkatan prospek bisnis terjadi di beberapa kota diantaranya kota Solo. Prospek bisnis di kota Solo yang sangat terlihat jelas mengalami peningkatan yaitu bisnis penjualan batik secara online. Kota Solo sejak dahulu kala merupakan sentra produksi batik yang sudah ternama di Indonesia. Dengan kualitas batik yang bagus dan harga terjangkau, para pedagang mengalami peningkatan tajam dalam penjualan melalui online.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya maka peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kualitas Layanan, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna Tokopedia di kota Solo.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Menurut Kotler dan Keller (2007) dalam keputusan pembelian terdapat 5 indikator antara lain: Pengenalan masalah, Pencarian informasi, Evaluasi alternative, Keputusan pembelian, dan Perilaku pasca pembelian.

Harman Malau (2017) mendefinisikan security atau keamanan sebagai kemampuan toko online dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Menurut Lackermair, Kailer, & Kanmaz. (2013), terdapat 4 indikator keamanan meliputi: Kerahasiaan, Integritas, Ketersediaan, dan Penggunaan legitimasi.

Menurut Jogiyanto (2007) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya. Menurut Aladwani (2002) terdapat 4 indikator kemudahan yakni : Kemudahan untuk Mengenali, Kemudahan dalam Navigasi, Kemudahan untuk Mengumpulkan Informasi, Kemudahan untuk Membeli.

Menurut Utami (2010) Kualitas Pelayanan adalah penyampaian layanan yang relatif istimewa atau Superior terhadap harapan pelanggan. Menurut Tjiptono Chandra (2007) terdapat 7 indikator kualitas layanan yaitu : Efisiensi, Reliabilitas, Fullfilment (jaminan produk), Privasi, Daya Tanggap, Kompensasi, Kontak.

Kotler dan Armstrong (2012) menambahkan gaya hidup mencakup pola dimana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya serta memengaruhi seluruh aspek dari perilaku konsumsi seseorang. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa konsumen melakukan pembelian menggunakan media internet karena berusaha mencari harga yang lebih murah daripada toko fisik. Menurut Kotler (2011) terdapat 3 indikator gaya hidup yaitu : Aktivitas, Minat, dan Opini

Berdasarkan uraian latar belakang dan pengertian dari keputusan pembelian, keamanan, kemudahan, kualitas layanan, dan lifestyle maka: pertama diduga keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kedua, diduga kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ketiga, diduga kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Keempat, diduga lifestyle memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan cara menyebar kuesioner, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat kota Solo yang pernah belanja di Tokopedia. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling. Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu masyarakat solo yang berumur lebih dari

17 tahun dan pernah belanja di Tokopedia. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden dengan pengambilan sampel menggunakan rumus menurut Rao Purba (Sujarweni, 2015) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

Z : Tingkat keyakinan penentuan sampel 95% atau 1,96

Moe : Tingkat kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10%

Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan uji Instrument data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas), analisis regresi berganda, dan uji hipotesis (uji t dan uji R²) dengan bantuan software SPSS 25.0 for windows.

Menurut Ghazali (2018) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kriteria atau Ciri-ciri tidak untuk mengetahui hasil dari uji validitas dapat dilihat dengan cara membandingkan nilai Correlate Item-Total Correlation dengan hasil perhitungan r_{tabel} . Untuk degree of freedom (df) = n – 2 dalam hal ini adalah jumlah sampel. Suatu pernyataan atau indikator dinyatakan valid, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Keandalan pengukuran dapat menggunakan *Alfa Cronbach*. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh item pernyataan. Dikatakan reliabel apabila nilai alpha (α) > 0,7.

Menurut Ghazali (2018) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen diantara keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilihat dari nilai Kolmogorov-Smirnov, dimana suatu data dikatakan normal apabila nilai Asym. Sign (2-tailed) tersebut $\geq 0,05$ berarti data berdistribusi normal. Menurut Ghazali (2018) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Ciri-ciri tidak untuk mengetahui hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat dari beberapa cara yaitu jika nilai VIF < 10 atau nilai Tolerance $\geq 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Menurut Ghazali (2018) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji glejser. Dengan kriteria H_0 diterima bila signifikansi > 0,05 berarti tidak terdapat heteroskedastisitas.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yaitu teknik analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen (keamanan, kemudahan, kualitas layanan,) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Model dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstan

$\beta_1 + \beta_2 + \beta_3 + \beta_4$ = Koefisien regresi

X_1, X_2, X_3, X_4 = Kualitas produk, desain kemasan, *celebrity endorser*, *e-wom*

e = tingkat error

Menurut Ghazali (2018) uji t pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Apabila angka probabilitas signifikansi < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) terhadap variabel terikat (Y).

Menurut Ghazali (2018) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

Uji validitas dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan dari variabel independen dan dependen menunjukkan bahwa semua item pertanyaan kuesioner dinyatakan valid hal ini di karenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($>0,2006$).

Uji reliabilitas

Uji reliabilitas pada masing-masing variabel independen dan dependen mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70 ($>0,70$), sehingga dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas pada masing-masing variabel dalam penelitian ini reliabel.

Uji asumsi klasik

Uji normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan uji kolmogrov-smirnov, Hasil uji normalitas dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi 0,106 maka dapat disimpulkan bahwa berdistribusi normal.

Uji multikoleniaritas dalam penelitian yaitu untuk X1 1.322 untuk X2 1.175 untuk X3 1.023 dan untuk X4 1.180 hal ini berarti tidak terjadi multikoleniaritas karena nilai VIF lebih kecil dari 10.

Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser, uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini untuk X1 0,809 untuk X2 0,864 untuk X3 0,114 dan untuk X4 0,817 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi kelima variabel $>0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Uji analisis regresi linier berganda

Persamaan regresi linier berganda yang di dapat dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 7,282 + 0,247X_1 + 0,176X_2 + 0,134X_3 + 0,258X_4 + e$$

Nilai konstanta regresi linier berganda adalah 7,282 artinya bahwa jika variabel X1 X2 X3 dan X4 tidak ada atau = 0, maka keputusan pembelian (Y) adalah 7,282. Nilai koefisien regresi linier berganda variabel keamanan sebesar 0,247, berarti bahwa tiap kenaikan satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 7,282. Nilai koefisien variabel kemudahan sebesar 0,176 berarti bahwa tiap kenaikan satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 7,282. Nilai koefisien variabel kualitas layanan sebesar + 0,134 berarti bahwa tiap kenaikan satu satuan keputusan pembelian akan meningkat sebesar 7,282. Nilai koefisien variabel lifestyle sebesar 0,258 berarti bahwa tiap kenaikan satu satuan keputusan pembelian akan meningkat sebesar 7,282.

Uji t (uji parsial)

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel keamanan 4,485, kemudahan 2,530, kualitas layanan 2,309 dan lifestyle 2,839 keempatnya lebih besar dari ttabel yaitu 1,98638 yang berarti bahwa berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Uji determinasi (R^2)

Hasil analisis variabel independen menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,413. Hal ini berarti seluruh variabel independen mempunyai kontribusi sebesar 41,3% terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian (Y), sedangkan sisanya 58,57% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar dari penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukan bahwa peningkatan dan penurunan keputusan pembelian dipengaruhi oleh keamanan. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fransiska Vania Sudjatmika (2017) ditemukan bahwa keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini membuktikan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukan bahwa peningkatan dan penurunan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kemudahan. Penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya dimana dalam penelitian Lestari dan Widayastuti (2019) ditemukan bahwa kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan dan penurunan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas layanan. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nawangsari dan Wahyu (2017) ditemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lifestyle memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan dan penurunan keputusan pembelian dipengaruhi oleh lifestyle. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudaryanto dkk (2019) ditemukan bahwa lifestyle berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan yang telah disampaikan sebelumnya maka simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia di kota Solo;

Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia di kota Solo;

Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna di Tokopedia di kota Solo; dan

Lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia di kota Solo.

DAFTAR PUSTAKA

- Aladwani, Adel M, (2002), "The development of two tools for measuring the easiness and usefulness of transactional Web sites", *European Journal of Information Systems*, 11(3), 223-234.
- Ghozali, Imam, (2018), *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi 9, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hartono, Jogyanto, (2007), *Sistem Teknologi Keperilakuan*, Yogyakarta, Andi.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2007), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT. Indeks.
- Kotler, Philip, (2011), *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta, Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, (2012), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta, Erlangga.
- Lackermair, Georg; Daniel Kailer dan Kenan Kanmaz, (2013), "Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective", *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1-5.
- Lestari, Indah T dan Widyastuti, (2019), "Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Belanja Online (Studi pada Pengguna Tokopedia)", *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 478-484.
- Malau, Harman, (2017), *Manajemen Pemasaran*, Bandung, Alfabeta.
- Nawangsari, Sri dan Wahyu Ning Pramesti, (2017), "Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Tokopedia.com)", *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 4(3), 385-394.
- Sudjatmika, Fransiska Vania, (2017), "Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia.com", *Jurnal AGORA*, 5(1), 1-8.
- Sugiyono, (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung, Alfabeta.
- Sujarweni, V Wiratna, (2015), *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* Yogyakarta, Pustaka Baru Press
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, (2007), *Service, Quality Satisfaction*, Yogyakarta, Andi.

Utami, Christina Widya, (2010), Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Indonesia, Jakarta, Salemba Empat.

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>, diakses pada tanggal 26 November 2019

<http://id.wikipedia.org/tokopedia>, diakses pada tanggal 26 November 2019

[https://money.kompas.com/read/2019/10/10/203500026/ceo-tokopedia--boyolali lebih-berpotensi-daripada-bangkok-](https://money.kompas.com/read/2019/10/10/203500026/ceo-tokopedia--boyolali-lebih-berpotensi-daripada-bangkok-), diakses pada tanggal 26 November 2019

<https://www.kompasiana.com/ryokusumo/5c2dd810677ffb20ac064d36/inilah-hasil-survey-online-shop-terbaik-2018-dan-potensi-skema-o2o-di-indonesia?page=all>, diakses pada tanggal 26 November 2019