

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Shopee

Awalnya Shopee didirikan pada tahun 2015 di Singapura oleh pendirinya yang bernama Chris Zhimin Feng yang dimana sekarang Shopee berada dibawah naungan grup usaha SEA, Ltd yang sebelumnya bernama Garena. Ekspansi Shopee juga dimulai pada tahun yang sama, di 2015 Shopee meluncurkan platformnya di berbagai negara ASEAN lainnya seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, Filipina, dan juga di Indonesia yang memiliki kantornya sendiri di Jakarta. Shopee yang memiliki banyak fitur, promo, dan kemudahan dalam menggunakannya menjadikannya *platform* toko *online* yang populer dan disukai banyak orang. Di Indonesia tepat pada kuartal IV tahun 2019, Shopee telah sukses menggeser Tokopedia sebagai salah satu *platform* belanja *online* yang paling populer (Azizah, 2022).

Shopee merupakan *platform* jual beli *online* yang menyediakan berbagai jenis produk mulai dari barang elektronik, *fashion*, makanan ringan, otomotif, dan beragam produk lainnya. Adapun semenjak diluncurkannya fitur *Shopee Mall* pada tahun 2017, bentuk bisnis shopee mengalami perkembangan yang mulanya berkonsep C2C (*Costumer to Costumer*) atau pelanggan untuk pelanggan, kini juga menjadi B2C (*Business to Costumer*) atau bisnis untuk pelanggan. Dalam hal logistik Shopee telah bekerja sama

dengan lebih dari 70 lebih penyedia layanan kurir dan pada tahun 2020, Shopee memiliki layanan kurir sendiri yang bernama Shopee Express (Azizah, 2022).

Shopee berupa wadah elektronik yang digunakan sebagai sarana jual beli secara *online* atau daring yang menyediakan berbagai macam produk seperti *fashion*. Hingga saat ini Shopee banyak diminati dikarenakan menyediakan pengalaman berbelanja *online* yang mudah, aman, serta cepat dan juga banyak promo yang ditawarkan.

2. Karakteristik Responden

Bagian ini menggambarkan keadaan responden dalam penelitian ini yaitu merupakan pengguna Shopee di kota Banjarmasin yang berjumlah 100 orang, dimana peneliti memilih *online customer review* dari responden merupakan *review* produk *fashion* yang telah mereka beli. Keadaan responden merupakan tambahan informasi guna memahami hasil penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini adapun meliputi: jenis kelamin, umur, serta domisili saat memakai Shopee. Berdasarkan 100 kuesioner *online* yang telah dibagikan, semua berhasil dikumpulkan dan dinyatakan layak untuk dianalisa lebih lanjut. Hasil data yang didapat menunjukkan gambaran sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	F	Persentase (%)
Laki-laki	37	37%
Perempuan	63	63%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.1 dapat diketahui bahwa 37 orang responden (37%) berjenis kelamin laki-laki, sedangkan 63 orang lainnya (63%) berjenis kelamin perempuan. Hal ini mengindikasikan bahwa responden dalam penelitian ini lebih banyak berjenis kelamin perempuan daripada berjenis kelamin laki-laki.

b. Umur

Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Umur

Umur	F	Persentase (%)
20-24 Tahun	78	78%
25-29 Tahun	11	11%
30-34 Tahun	3	3%
35-39 Tahun	8	8%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa responden berumur 20-24 tahun sebanyak 78 orang responden (78%), responden berumur 25-29 tahun sebanyak 11 orang responden (11%), responden berumur 30-34 tahun sebanyak 3 orang responden (3%), serta responden berumur 35-39 tahun sebanyak 8 orang responden (8%).

c. Pekerjaan

Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	F	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	66	66%
Pegawai Negeri	1	1%
Pegawai Swasta	22	22%
Ibu Rumah Tangga	3	3%
Wirausaha	5	5%
Lainnya	3	3%

Total	100	100%
--------------	------------	-------------

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data dolah)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa pekerjaan responden sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 66 orang responden (66%), Pegawai Negeri sebanyak 1 orang responden (1%), Pegawai Swasta 22 orang responden (22%), Ibu Rumah Tangga 3 orang responden (3%), Wirausaha 5 orang responden (5%), serta lainnya sebanyak 3 orang responden (3%).

d. Domisili

Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	F	Persentase (%)
Banjarmasin Barat	9	9%
Banjarmasin Selatan	29	29%
Banjarmasin Tengah	8	8%
Banjarmasin Timur	22	22%
Banjarmasin Utara	32	32%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data dolah)

Dari data tabel 4.4 dapat diketahui yaitu bahwa domisili responden yang bertempat tinggal di Banjarmasin Barat sebanyak 9 orang responden (9%), Banjarmasin Selatan sebanyak 29 orang respnden (29%), Banjarmasin Tengah sebanyak 8 orang responden (8%), Banjarmasin Timur sebanyak 22 orang responden (22%), serta Banjarmasin Utara sebanyak 32 orang responden (32%).

3. Deskripsi Statistik Variabel

Pada bagian ini akan mendeskripsikan gambaran atau tanggapan dari setiap variabel yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian yang berupa pengisian kuesioner (angket). Hasil jawaban yang diperoleh berasal dari 100 responden yang dipilih sebagai sampel penelitian pada Masyarakat Kota Banjarmasin. Variabel-variabel penelitian ini terdiri dari variabel independent (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independent berupa *Online Customer Review* dan harga sedangkan variabel dependent berupa keputusan pembelian Masyarakat Kota Banjarmasin pada aplikasi Shopee. Adapun gambaran jawaban dari masing-masing variabel oleh responden adalah sebagai berikut:

a. Variabel *Online Customer Review* (X1)

- 1) Indikator *Perceived Usefulness* (Manfaat yang dirasakan)
 - a) Testimoni pembeli di Shopee membuat saya percaya dan menghilangkan keraguan saya terhadap penjual dan produk yang dijual.

Tabel 4. 5 Tangapan responden tentang testimoni pembeli di Shopee membuat saya percaya dan menghilangkan keraguan saya terhadap penjual dan produk yang dijual.

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	46	46%
2	Setuju	33	33%
3	Netral	16	16%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100 %

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.5 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang testimoni pembeli di Shopee membuat saya percaya dan menghilangkan keraguan saya terhadap penjual dan produk yang dijual adalah sangat setuju dengan jumlah 46 responden (46%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 33 responden (33%), jawaban netral dengan jumlah 16 responden (16%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 4 responden (4%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%). Jadi dapat diartikan banyak responden sangat setuju bahwa testimoni pembeli di Shopee dapat dipercaya dan menghilangkan keraguan terhadap penjual dan produk yang dijual.

- b) Testimoni pembeli di Shopee membuat saya lebih yakin untuk membeli suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan.

Tabel 4. 6 Tangapan responden tentang testimoni pembeli di Shopee membuat saya lebih yakin untuk membeli suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan.

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	47	47%
2	Setuju	36	36%
3	Netral	13	13%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.6 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang testimoni pembeli di Shopee

membuat saya lebih yakin untuk membeli suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan adalah sangat setuju dengan jumlah 47 responden (47%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 36 responden (36%), jawaban netral dengan jumlah 13 responden (13%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 3 responden (3%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%). Jadi dapat diartikan banyak responden sangat setuju bahwa testimoni pembeli di Shopee menambah keyakinan untuk membeli suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan.

2) Indikator *Source Credibility* (Kredibilitas Sumber)

- a) Saya yakin testimoni pembeli di Shopee bukanlah rekayasa dari penjual (*seller*).

Tabel 4. 7 Tangapan responden tentang saya yakin testimoni pembeli di Shopee bukanlah rekayasa dari penjual (*seller*)

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	25	25%
2	Setuju	28	28%
3	Netral	39	39%
4	Tidak Setuju	6	6%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.7 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang saya yakin testimoni pembeli di Shopee bukanlah rekayasa dari penjual (*seller*) adalah netral dengan jumlah 39 responden (39%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 28 responden (28%), jawaban sangat setuju

dengan jumlah 25 responden (25%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 6 responden (6%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 2 responden (2%). Jadi dapat diartikan kebanyakan responden menyatakan netral bahwa testimoni pembeli di Shopee bukanlah rekayasa dari penjual (*seller*).

- b) Saya percaya testimoni pembeli di Shopee benar-benar pengakuan pembeli sendiri.

Tabel 4. 8 Tangapan Responden tentang saya percaya testimoni pembeli di Shopee benar-benar pengakuan pembeli sendiri.

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	26	26%
2	Setuju	38	38%
3	Netral	30	30%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.8 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang saya percaya testimoni pembeli di Shopee benar-benar pengakuan pembeli sendiri adalah setuju dengan jumlah 38 responden (38%), kemudian jawaban netral dengan jumlah 30 responden (30%), jawaban sangat setuju dengan jumlah 26 responden (26%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 4 responden (4%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 2 responden (2%). Jadi dapat diartikan

banyak responden setuju bahwa testimoni pembeli di Shopee benar-benar pengakuan pembeli sendiri.

3) Indikator *Argument Quality* (Kekuatan Argumen)

- a) Menurut saya testimoni yang ditulis pembeli di Shopee masuk akal dan tidak dilebih-lebihkan.

Tabel 4. 9 Tangapan Responden tentang menurut saya testimoni yang ditulis pembeli di Shopee masuk akal dan tidak dilebih-lebihkan

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	21%
2	Setuju	34	34%
3	Netral	38	38%
4	Tidak Setuju	6	6%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.9 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang menurut saya testimoni yang ditulis pembeli di Shopee masuk akal dan tidak dilebih-lebihkan adalah netral dengan jumlah 38 responden (38%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 34 responden (34%), jawaban sangat setuju dengan jumlah 21 responden (21%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 6 responden (6%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%). Jadi dapat diartikan kebanyakan responden menyatakan netral bahwa testimoni yang ditulis pembeli di Shopee masuk akal dan tidak dilebih-lebihkan.

- b) Saya percaya testimoni yang ditulis di Shopee berisi info yang sangat dapat dipercaya.

Tabel 4. 10 Tangapan Responden tentang saya percaya testimoni yang ditulis di Shopee berisi info yang sangat dapat dipercaya.

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	23	23%
2	Setuju	35	35%
3	Netral	36	36%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.10 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang saya percaya testimoni yang ditulis di Shopee berisi info yang sangat dapat dipercaya adalah netral dengan jumlah 36 responden (36%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 35 responden (35%), jawaban sangat setuju dengan jumlah 23 responden (23%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 4 responden (4%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 2 responden (2%). Jadi dapat diartikan kebanyakan responden menyatakan netral bahwa testimoni yang ditulis di Shopee berisi info yang sangat dapat dipercaya.

- 4) Indikator *Recommendation Framing* (Penyeleksian Rekomendasi)

- a) Testimoni yang saya baca di Shopee membantu saya menentukan baik atau buruknya suatu toko atau penjual di Shopee.

Tabel 4. 11 Tangapan Responden tentang testimoni yang saya baca di Shopee membantu saya menentukan baik atau buruknya suatu toko atau penjual di Shopee

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	55	55%
2	Setuju	28	28%
3	Netral	8	8%
4	Tidak Setuju	6	6%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.11 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang testimoni yang saya baca di Shopee membantu saya menentukan baik atau buruknya suatu toko atau penjual di Shopee adalah sangat setuju dengan jumlah 55 responden (55%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 28 responden (28%), jawaban netral dengan jumlah 8 responden (8%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 6 responden (6%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 3 responden (3%). Jadi dapat diartikan banyak responden sangat setuju bahwa testimoni di Shopee membantu menentukan baik atau buruknya suatu toko atau penjual di Shopee.

- b) Testimoni disertai gambar atau video asli membantu saya dalam melihat kualitas produk yang dijual di Shopee.

Tabel 4. 12 Tangapan Responden tentang testimoni disertai gambar atau video asli membantu saya dalam melihat kualitas produk yang dijual di Shopee

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	67	67%
2	Setuju	17	17%
3	Netral	8	8%
4	Tidak Setuju	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.12 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang testimoni disertai gambar atau video asli membantu saya dalam melihat kualitas produk yang dijual di Shopee adalah sangat setuju dengan jumlah 67 responden (67%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 17 responden (17%), jawaban netral dengan jumlah 8 responden (8%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 5 responden (5%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 3 responden (3%). Jadi dapat diartikan banyak responden sangat setuju bahwa testimoni disertai gambar atau video asli membantu dalam melihat kualitas produk yang dijual di Shopee.

5) Indikator *Volume Of Review* (Jumlah Ulasan)

- a) Saya membaca testimoni sebelum membeli produk di Shopee.

Tabel 4. 13 Tangapan Responden tentang saya membaca testimoni sebelum membeli produk di Shopee

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	66	66%
2	Setuju	22	22%
3	Netral	9	9%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.13 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang saya membaca testimoni sebelum membeli produk di Shopee adalah sangat setuju dengan jumlah 66 responden (66%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 22 responden (22%), jawaban netral dengan jumlah 9 responden (9%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 3 responden (3%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden (0%). Jadi dapat diartikan banyak responden sangat setuju bahwa sebelum membeli produk membaca testimoni terlebih dahulu di Shopee.

- b) Semakin banyak jumlah testimoni maka semakin baik reputasi penjual dan produk tersebut.

Tabel 4. 14 Tangapan Responden tentang semakin banyak jumlah testimoni maka semakin baik reputasi penjual dan produk tersebut

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	65	65%
2	Setuju	23	23%
3	Netral	8	8%

4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.14 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang semakin banyak jumlah testimoni maka semakin baik reputasi penjual dan produk tersebut adalah sangat setuju dengan jumlah 65 responden (65%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 23 responden (23%), jawaban netral dengan jumlah 8 responden (8%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 3 responden (3%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%). Jadi dapat diartikan banyak responden sangat setuju bahwa semakin banyak jumlah testimoni maka semakin baik reputasi penjual dan produk tersebut.

b. Variabel Harga (X_2)

1) Indikator Keterjangkauan harga

- a) Saya tertarik membeli produk secara *online* di Shopee karena harganya yang terjangkau.

Tabel 4. 15 Tangapan Responden tentang saya tertarik membeli produk secara *online* di Shopee karena harganya yang terjangkau

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	47	47%
2	Setuju	31	31%
3	Netral	18	18%
4	Tidak Setuju	2	2%

5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.15 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang saya tertarik membeli produk secara *online* di Shopee karena harganya yang terjangkau adalah sangat setuju dengan jumlah 47 responden (47%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 31 responden (31%), jawaban netral dengan jumlah 18 responden (18%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 2 responden (2%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 2 responden (2%). Jadi dapat diartikan banyak responden sangat setuju bahwa tertarik melakukan pembelian produk secara *online* di Shopee dikarenakan harganya yang terjangkau.

- b) Menurut saya Shopee dapat memberikan berbagai pilihan produk dengan harga yang beragam sehingga saya dapat memilih yang sesuai dengan kemampuan atau uang yang saya miliki.

Tabel 4. 16 Tangapan Responden tentang menurut saya Shopee dapat memberikan berbagai pilihan produk dengan harga yang beragam sehingga saya dapat memilih yang sesuai dengan kemampuan atau uang yang saya miliki

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	52	52%
2	Setuju	34	34%
3	Netral	6	6%
4	Tidak Setuju	5	5%

5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.16 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang menurut saya Shopee dapat memberikan berbagai pilihan produk dengan harga yang beragam sehingga saya dapat memilih yang sesuai dengan kemampuan atau uang yang saya miliki adalah sangat setuju dengan jumlah 52 responden (52%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 34 responden (34%), jawaban netral dengan jumlah 6 responden (6%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 5 responden (5%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 3 responden (3%). Jadi dapat diartikan banyak responden sangat setuju bahwa Shopee dapat memberikan berbagai pilihan produk dengan harga yang beragam sehingga dapat memilih yang sesuai dengan kemampuan atau uang yang dimiliki

- 2) Indikator Kesesuaian harga dengan kualitas produk
 - a) Menurut saya harga produk yang dijual di Shopee sesuai dengan kualitas produknya.

Tabel 4. 17 Tangapan Responden tentang menurut saya harga produk yang dijual di Shopee sesuai dengan kualitas produknya

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	39	39%
2	Setuju	34	34%
3	Netral	23	23%
4	Tidak Setuju	4	4%

5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.17 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang menurut saya harga produk yang dijual di Shopee sesuai dengan kualitas produknya adalah sangat setuju dengan jumlah 39 responden (39%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 34 responden (34%), jawaban netral dengan jumlah 23 responden (23%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 4 responden (4%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden (0%). Jadi dapat diartikan banyak responden sangat setuju bahwa harga produk yang dijual di Shopee sesuai dengan kualitas produknya.

- b) Saya merasa dengan membeli produk di Shopee saya bisa mendapatkan produk berkualitas tanpa harus mengeluarkan biaya banyak.

Tabel 4. 18 Tangapan Responden tentang saya merasa dengan membeli produk di Shopee saya bisa mendapatkan produk berkualitas tanpa harus mengeluarkan biaya banyak

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	34	34%
2	Setuju	28	28%
3	Netral	33	33%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.18 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang saya merasa dengan membeli produk di Shopee saya bisa mendapatkan produk berkualitas tanpa harus mengeluarkan biaya banyak adalah sangat setuju dengan jumlah 34 responden (34%), kemudian jawaban netral dengan jumlah 33 responden (33%), jawaban setuju dengan jumlah 28 responden (28%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 4 responden (4%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%). Jadi dapat diartikan banyak responden sangat setuju bahwa dengan membeli produk di Shopee bisa mendapatkan produk berkualitas tanpa harus mengeluarkan biaya banyak.

3) Indikator Daya saing harga

- a) Menurut saya harga produk yang dijual di Shopee lebih murah dibandingkan dengan yang dijual di toko *offline* (pasar tradisional, minimarket, mall, toko kelontong, dll.)

Tabel 4. 19 Tangapan Responden tentang menurut saya harga produk yang dijual di Shopee lebih murah dibandingkan dengan yang dijual di toko *offline* (pasar tradisional, *minimarket*, *mall*, toko kelontong, dll.)

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	32	32%
2	Setuju	31	31%
3	Netral	35	35%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.19 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang menurut saya harga produk yang dijual di Shopee lebih murah dibandingkan dengan yang dijual di toko *offline* (pasar tradisional, *minimarket*, *mall*, toko kelontong, dll.) adalah netral dengan jumlah 35 responden (35%), kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 32 responden (32%), jawaban setuju dengan jumlah 31 responden (31%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 2 responden (2%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden (0%). Jadi dapat diartikan kebanyakan responden menyatakan netral bahwa harga produk yang dijual di Shopee lebih murah dibandingkan dengan yang dijual di toko *offline* (pasar tradisional, *minimarket*, *mall*, toko kelontong, dll.).

- b) Menurut saya promo dan diskon harga produk di Shopee lebih menarik daripada *marketplace* lain seperti tokopedia, lazada, dan lain sebagainya

Tabel 4. 20 Tangapan Responden tentang menurut saya promo dan diskon harga produk di Shopee lebih menarik daripada *marketplace* lain seperti tokopedia, lazada, dan lain sebagainya

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	26	26%
2	Setuju	37	37%
3	Netral	36	36%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.20 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang menurut saya promo dan diskon harga produk di Shopee lebih menarik daripada *marketplace* lain seperti tokopedia, lazada, dan lain sebagainya adalah setuju dengan jumlah 37 responden (37%), kemudian jawaban netral dengan jumlah 36 responden (36%), jawaban sangat setuju dengan jumlah 26 responden (26%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden (0%). Jadi dapat diartikan banyak responden setuju bahwa promo dan diskon harga produk di Shopee lebih menarik daripada *marketplace* lain seperti tokopedia, lazada, dan lain sebagainya.

- 4) Indikator Kesesuaian harga dengan manfaat
 - a) Menurut saya harga produk yang dijual di Shopee sesuai dengan manfaat yang saya rasakan

Tabel 4. 21 Tangapan Responden tentang menurut saya harga produk yang dijual di Shopee sesuai dengan manfaat yang saya rasakan

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	21%
2	Setuju	52	52%
3	Netral	25	25%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.21 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang menurut saya harga produk yang dijual di Shopee sesuai dengan manfaat yang saya rasakan adalah setuju dengan jumlah 52 responden (52%), kemudian jawaban netral dengan jumlah 25 responden (25%), jawaban sangat setuju dengan jumlah 21 responden (21%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%). Jadi dapat diartikan banyak responden setuju bahwa harga produk yang dijual di Shopee sesuai dengan manfaat yang dirasakan.

c. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

- 1) Indikator Kemantapan pada sebuah produk
 - a) Saya memutuskan membeli produk di toko *online* Shopee setelah memenuhi segala informasi yang saya butuhkan seperti harga, manfaatnya serta testimoni terkait produk yang dicari

Tabel 4. 22 Tangapan Responden tentang saya memutuskan membeli produk di toko *online* Shopee setelah memenuhi segala informasi yang saya butuhkan seperti harga, manfaatnya serta testimoni terkait produk yang dicari

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	50	50%
2	Setuju	37	37%
3	Netral	8	8%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%

Total	100	100%
--------------	------------	-------------

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.22 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang saya memutuskan membeli produk di toko *online* Shopee setelah memenuhi segala informasi yang saya butuhkan seperti harga, manfaatnya serta testimoni terkait produk yang dicari adalah sangat setuju dengan jumlah 50 responden (50%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 37 responden (37%), jawaban netral dengan jumlah 8 responden (8%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 4 responden (4%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%). Jadi dapat diartikan banyak responden sangat setuju bahwa memutuskan membeli produk di toko *online* Shopee setelah memenuhi segala informasi yang dibutuhkan seperti harga, manfaatnya serta testimoni terkait produk yang dicari.

- b) Saya memutuskan membeli produk di Shopee karena terjamin halalnya

Tabel 4. 23 Tangapan Responden tentang saya memutuskan membeli produk di Shopee karena terjamin halalnya

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	36	36%
2	Setuju	43	43%
3	Netral	15	15%
4	Tidak Setuju	3	3%

5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.23 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang saya memutuskan membeli produk di Shopee karena terjamin halalnya adalah setuju dengan jumlah 43 responden (43%), kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 36 responden (36%), jawaban netral dengan jumlah 15 responden (15%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 3 responden (3%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 3 responden (3%). Jadi dapat diartikan banyak responden setuju bahwa memutuskan pembelian produk di Shopee karena terjamin halalnya

- c) Saya memutuskan membeli produk di Shopee karena sesuai dengan apa yang saya butuhkan.

Tabel 4. 24 Tangapan Responden tentang saya memutuskan membeli produk di Shopee karena sesuai dengan apa yang saya butuhkan.

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	55	55%
2	Setuju	23	23%
3	Netral	14	14%
4	Tidak Setuju	6	6%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.24 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang saya memutuskan membeli produk di Shopee karena sesuai dengan apa yang saya butuhkan adalah sangat setuju dengan jumlah 55 responden (55%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 23 responden (23%), jawaban netral dengan jumlah 14 responden (14%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 6 responden (6%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 2 responden (2%). Jadi dapat diartikan banyak responden sangat setuju bahwa memutuskan membeli produk di Shopee karena sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

- 2) Indikator Kebiasaan dalam membeli produk
 - a) Saya memilih berbelanja di Shopee karena memang terbiasa menggunakan aplikasi Shopee dibandingkan aplikasi belanja lainnya.

Tabel 4. 25 Tangapan Responden tentang saya memilih berbelanja di Shopee karena memang terbiasa menggunakan aplikasi Shopee dibandingkan aplikasi belanja lainnya

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	27	27%
2	Setuju	49	49%
3	Netral	17	17%
4	Tidak Setuju	6	6%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.25 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang saya memilih berbelanja di Shopee karena memang terbiasa menggunakan aplikasi Shopee dibandingkan aplikasi belanja lainnya adalah setuju dengan jumlah 49 responden (49%), kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 27 responden (27%), jawaban netral dengan jumlah 17 responden (17%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 6 responden (6%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%). Jadi dapat diartikan banyak responden setuju bahwa memilih berbelanja di Shopee karena memang terbiasa menggunakan aplikasi Shopee dibandingkan aplikasi belanja lainnya.

- b) Saya memutuskan membeli suatu produk yang sama dengan merek produk ataupun toko yang biasanya saya gunakan di Shopee.

Tabel 4. 26 Tangapan Responden tentang saya memutuskan membeli suatu produk yang sama dengan merek produk ataupun toko yang biasanya saya gunakan di Shopee

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	26	26%
2	Setuju	35	35%
3	Netral	32	32%
4	Tidak Setuju	6	6%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.26 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang saya memutuskan membeli suatu produk yang sama dengan merek produk ataupun toko yang biasanya saya gunakan di Shopee adalah setuju dengan jumlah 35 responden (35%), kemudian jawaban netral dengan jumlah 32 responden (32%), jawaban sangat setuju dengan jumlah 26 responden (26%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 6 responden (6%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%). Jadi dapat diartikan banyak responden setuju bahwa memutuskan membeli suatu produk yang sama dengan merek produk ataupun toko yang biasanya digunakan di Shopee.

- 3) Indikator Memberikan rekomendasi pada orang lain
 - a) Saya akan langsung merekomendasikan atau menyarankan kepada orang lain untuk berbelanja di Shopee apabila mereka bertanya kepada saya.

Tabel 4. 27 Tangapan Responden tentang saya akan langsung merekomendasikan atau menyarankan kepada orang lain untuk berbelanja di Shopee apabila mereka bertanya kepada saya

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	30	30%
2	Setuju	36	36%
3	Netral	26	26%
4	Tidak Setuju	7	7%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.27 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang saya akan langsung merekomendasikan atau menyarankan kepada orang lain untuk berbelanja di Shopee apabila mereka bertanya kepada saya adalah setuju dengan jumlah 36 responden (36%), kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 30 responden (30%), jawaban netral dengan jumlah 26 responden (26%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 7 responden (7%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%). Jadi dapat diartikan banyak responden setuju bahwa akan langsung merekomendasikan atau menyarankan kepada orang lain untuk berbelanja di Shopee apabila mereka bertanya kepadanya.

- b) Jika penjual serta produknya memuaskan, saya akan merekomendasikannya kepada orang lain.

Tabel 4. 28 Tangapan Responden tentang jika penjual serta produknya memuaskan, saya akan merekomendasikannya kepada orang lain

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	46	46%
2	Setuju	33	33%
3	Netral	15	15%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.28 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang jika penjual serta

produknya memuaskan, saya akan merekomendasikannya kepada orang lain adalah sangat setuju dengan jumlah 46 responden (46%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 33 responden (33%), jawaban netral dengan jumlah 15 responden (15%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 3 responden (3%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 3 responden (3%). Jadi dapat diartikan banyak responden sangat setuju bahwa jika penjual serta produknya memuaskan, akan merekomendasikannya kepada orang lain.

4) Indikator Melakukan pembelian ulang

- a) Saya akan membeli produk yang sama di Shopee pada waktu mendatang apabila produk yang saya beli memuaskan.

Tabel 4. 29 Tangapan Responden tentang saya akan membeli produk yang sama di Shopee pada waktu mendatang apabila produk yang saya beli memuaskan

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	46	46%
2	Setuju	34	34%
3	Netral	14	14%
4	Tidak Setuju	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.29 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang saya akan membeli produk yang sama di Shopee pada waktu mendatang apabila produk

yang saya beli memuaskan adalah sangat setuju dengan jumlah 46 responden (46%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 34 responden (34%), jawaban netral dengan jumlah 14 responden (14%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 5 responden (5%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%). Jadi dapat diartikan banyak responden sangat setuju bahwa akan membeli produk yang sama di Shopee pada waktu mendatang apabila produk yang dibeli memuaskan.

- b) Saya akan membeli lagi produk dipenjual yang sama di Shopee apabila penjual memuaskan serta dapat dipercaya bahkan akan berlangganan.

Tabel 4. 30 Tangapan Responden tentang saya akan membeli lagi produk dipenjual yang sama di Shopee apabila penjual memuaskan serta dapat dipercaya bahkan akan berlangganan

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	17	17%
2	Setuju	27	27%
3	Netral	50	50%
4	Tidak Setuju	6	6%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.30 di atas dapat diketahui jawaban tertinggi responden tentang saya akan membeli lagi produk dipenjual yang sama di Shopee apabila penjual memuaskan serta dapat dipercaya bahkan akan berlangganan

adalah netral dengan jumlah 50 responden (50%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 27 responden (27%), jawaban sangat setuju dengan jumlah 17 responden (17%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 6 responden (6%) dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden (0%). Jadi dapat diartikan banyak responden menyatakan netral bahwa akan membeli lagi produk dipenjual yang sama di Shopee apabila penjual memuaskan serta dapat dipercaya bahkan akan berlangganan.

4. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2021, hlm. 175–176). Suatu instrumen dikatakan valid apabila hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel yaitu $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ di mana $df = n - 2$, n = jumlah sampel dengan sig 5 %. Untuk uji validitas dengan jumlah 100 responden, maka nilai $df = n - 2 = 98$ maka r_{tabel} untuk $n = 98$ pada alpha 0,05 adalah 0,1966, dan berikut hasil perhitungan uji validitas dari masing-masing variabel.

Tabel 4. 31 Hasil Uji Validitas Variabel *Online Customer Review* (X1)

No.	Item	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
1	X1.1	0,1966	0,818	Valid
2	X1.2	0,1966	0,840	Valid

3	X1.3	0,1966	0,684	Valid
4	X1.4	0,1966	0,824	Valid
5	X1.5	0,1966	0,752	Valid
6	X1.6	0,1966	0,828	Valid
7	X1.7	0,1966	0,867	Valid
8	X1.8	0,1966	0,855	Valid
9	X1.9	0,1966	0,623	Valid
10	X1.10	0,1966	0,798	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.31 dapat diketahui semua nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu lebih besar dari 0,1966 sehingga dapat diartikan bahwa seluruh instrumen dari variabel *Online Customer Review* (X1) dikatakan valid.

Tabel 4. 32 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

No.	Item	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
1	X1.1	0,1966	0,861	Valid
2	X1.2	0,1966	0,808	Valid
3	X1.3	0,1966	0,781	Valid
4	X1.4	0,1966	0,752	Valid
5	X1.5	0,1966	0,781	Valid
6	X1.6	0,1966	0,800	Valid
7	X1.7	0,1966	0,810	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.32 dapat diketahui semua nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu lebih besar dari 0,1966 sehingga dapat diartikan bahwa seluruh instrumen dari variabel Harga (X2) dikatakan valid.

Tabel 4. 33 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	Item	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
1	X1.1	0,1966	0,820	Valid
2	X1.2	0,1966	0,851	Valid
3	X1.3	0,1966	0,784	Valid

4	X1.4	0,1966	0,687	Valid
5	X1.5	0,1966	0,745	Valid
6	X1.6	0,1966	0,743	Valid
7	X1.7	0,1966	0,850	Valid
8	X1.8	0,1966	0,837	Valid
9	X1.9	0,1966	0,521	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.33 dapat diketahui semua nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu lebih besar dari 0,1966 sehingga dapat diartikan bahwa seluruh instrumen dari variabel Keputusan Pembelian (Y) dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan dan dikatakan reliabel bila nilai *cronbach's alpha* (r_{11}) $> 0,6$. Berikut hasil uji reliabilitas pada tabel 4.34.

Tabel 4. 34 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	<i>Online Customer Review (X1)</i>	0,933	Reliabel
2	Harga (X2)	0,904	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,910	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data hasil uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel adalah $> 0,6$ maka dapat disimpulkan item-item pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Cara mendeteksi normalitas data dengan uji Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat dari nilai residual dikatakan normal apabila nilai residual yang dihasilkan di atas nilai signifikansi yang ditetapkan (Ghozali, 2013, hlm. 160), yaitu:

Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal

Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

Hasil Uji Normalitas dapat dilihat pada tabel 4.35 berikut.

Tabel 4. 35 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	Unstandardized Residual
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	.016

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.36 diketahui bahwa hasil uji normalitas menunjukkan nilai 0,16 dimana lebih dari nilai α atau sig. 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model

regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi, dapat dilihat dari (Ghozali, 2013, hlm. 105):

- 1) Nilai *tolerance value* dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas dalam nilai *tolerance* $< 0,10$, sedangkan Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi gejala multikolinearitas di antara variabel bebas.
- 2) Nilai *variance inflation factor* (VIF) apabila nilai VIF > 10 maka terjadi gejala multikolinearitas di antara variabel bebas, sebaliknya apabila nilai VIF < 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas di antara variabel bebas.

Hasil Uji Multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.36 berikut.

Tabel 4. 36 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
<i>Online Customer Review (X1)</i>	0,470	2,126	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Harga (X2)	0,470	2,126	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.36 diketahui variabel *online customer review* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,470 dan nilai VIF sebesar 2,126 serta variabel harga dengan nilai *tolerance* sebesar 0,470 dan nilai VIF sebesar 2,126. Jadi dapat diartikan bahwa tidak terjadi adanya multikolinearitas dalam penelitian ini karena semua variabel memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser yaitu dengan menguji tingkat signifikansinya. Apabila hasil uji di atas level signifikan ($r > 0,05$) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila level di bawah signifikan ($r < 0,05$) berarti terjadi heteroskedastisitas (Sujarweni, 2015, hlm. 226). Berikut hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.37.

Tabel 4. 37 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Online Customer Review (X1)</i>	0,121	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Harga (X2)	0,538	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.37 diatas dapat diketahui bahwa nilai sig. untuk variabel *online customer review* yaitu 0, 121 dan variabel harga memiliki nilai sig. Sebesar 0,538 dimana keduanya berada di atas level signifikan ($r > 0,05$) sehingga dapat diartikan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

B. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah prosedur yang berfungsi untuk melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel yaitu pengaruh *online customer review* dan harga terhadap keputusan pembelian dengan

menggunakan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut (Sujarweni, 2015, hlm. 227):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel dependen (Keputusan pembelian)
- a = Nilai konstanta
- b₁ = Koefisien regresi variabel *online customer review*
- b₂ = Koefisien regresi variabel harga
- X₁ = Variabel independen (*Online Customer Review*)
- X₂ = Variabel independen (Harga)
- X_n = Variabel independen ke-n
- e = Error

Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4.39 berikut.

Tabel 4. 38 Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients
	B
(Constant)	1,345
OCR (X1)	0,294
Harga (X2)	0,807

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.38 dapat diketahui persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

$$Y = 1,345 + 0,294X_1 + 0,807X_2$$

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda diatas sebagai berikut:

- a. Konstanta bernilai 1,345 menunjukkan bahwa ketika variabel *online customer review* dan harga = 0, maka keputusan pembelian bernilai 1,345.
- b. Koefisien regresi X1 bernilai 0,294 dan terdapat tanda positif (+) yang menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini dapat diartikan bahwa jika variabel *online customer review* meningkat sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,294. Sebaliknya jika variabel *online customer review* berkurang sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian akan berkurang sebesar 0,294 dengan asumsi variabel X2 bernilai konstan.
- c. Koefisien regresi X2 bernilai 0,807 dan terdapat tanda positif (+) yang menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini dapat diartikan bahwa jika variabel harga meningkat sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,807. Sebaliknya jika variabel harga berkurang satu satuan, maka keputusan pembelian akan berkurang sebesar 0,807 dengan asumsi variabel X1 bernilai konstan.

2. Pengujian Hipotesis

- a. Uji koefisien determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) dapat digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variansi variabel dependen atau seberapa jauh kemampuan model variasi variabel *online customer review* dan harga dalam menjelaskan variasi variabel keputusan

pembelian. Hasil dari pengujian koefisien determinan dapat dilihat pada tabel 4.39 berikut.

Tabel 4. 39 Hasil Uji Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,901 ^a	0,812	0,808

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.39 diatas dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,812 yang menunjukkan bahwa variabel bebas yakni *online customer review* (X1) dan harga (X2) mampu menjelaskan variabel terikat keputusan pembelian (Y) sebesar 0,812 atau 81,2% sedangkan sisanya ($100\% - 81,2\% = 18,8\%$) dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak digunakam dalam penelitian ini.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen (*online customer review* dan harga) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian), dengan kriteria pengujian yaitu:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima
 - 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 di terima dan H_a ditolak
- atau
- 1) Jika $Sig. < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
 - 2) Jika $Sig. > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.40 berikut.

Tabel 4. 40 Hasil Uji F

Model	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.
Regression	209,017	3,09	0,000 ^b

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data tabel 4.40 dapat diketahui F_{hitung} sebesar 209,017 dan nilai sig. 0,000 dimana nilai keduanya merupakan $F_{hitung} > F_{tabel}$ serta $Sig. < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel bebas *online customer review* dan harga terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

c. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (*online customer review* dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian), dengan kriteria pengujian yaitu:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima
 - 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 di terima dan H_a ditolak
- atau
- 1) Jika $Sig. < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
 - 2) Jika $Sig. > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.41 berikut.

Tabel 4. 41 Hasil Uji t

Model	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
<i>Online Customer Review (X1)</i>	5,236	1,984	0,000
Harga (X2)	9,744	1,984	0,000

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.41 dapat diketahui bahwa hasil uji t yakni sebagai berikut:

- 1) Nilai t_{hitung} variabel *online customer review* sebesar $5,236 > 1,984$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang dapat disimpulkan bahwa variabel *online customer review* berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian.
- 2) Nilai t_{hitung} variabel harga sebesar $9,744 > 1,984$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian.

C. Pembahasan

1. Pengaruh *Online Customer Review* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Di Kota Banjarmasin Secara Simultan

Hasil olah data yang dilakukan sebelumnya dari variabel *online customer review* (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana hal tersebut menyatakan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Nilai F_{hitung} sebesar 209,017 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Hal ini menyatakan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat dikatakan signifikan yang berarti

berpengaruh secara simultan variabel *online customer review* (X1) dan harga (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Keputusan pembelian dalam pelaksanaannya banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya faktor psikologis yaitu persepsi diartikan sebagai suatu proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan masukan informasi untuk membangun gambaran (Kotler dan Amstrong, 2018, hlm. 159–173).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya *online customer review* dan faktor harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian responden di aplikasi Shopee. Hal ini disebabkan responden percaya bahwa *online customer review* merupakan suatu bentuk kesaksian (*syahadah*) atau testimoni langsung dari konsumen yang telah berbelanja di aplikasi Shopee dan bukanlah praktik dari jual beli secara *najasy* sehingga mereka sebelum berbelanja *online* terlebih dahulu mencari informasi mengenai kualitas suatu barang atau jasa melalui ulasan atau *online customer review* untuk menentukan baik atau buruknya suatu produk atau toko penjual. Apalagi harga produk berprinsip *la dharar* dimana harga sesuai dengan kualitas serta manfaat yang dirasakan pada *marketplace* Shopee yang dinilai lebih murah jika dibandingkan *marketplace* pesaing serta promosi yang dilakukan secara terus menerus membuat konsumen semakin tertarik untuk melakukan pembelian di *marketplace* Shopee. Hal ini relevan dengan penelitian oleh Dwijayanti (2020) dan Ahmad Farki, dkk (2016) bahwa *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, serta penelitian

Khafidatul Ilmiyah dan Indra Krishernawan (2020) membuktikan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

2. Analisis Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Di Kota Banjarmasin Secara Parsial

Hasil olah data yang dilakukan sebelumnya dari variabel *online customer review* (X1) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,00 dimana hal tersebut menyatakan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Nilai t_{hitung} sebesar 5,236 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Hal ini menyatakan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat dikatakan signifikan yang berarti berpengaruh secara parsial variabel *online customer review* (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Online customer review adalah ulasan yang diberikan oleh konsumen terkait dengan informasi dari evaluasi suatu produk tentang berbagai macam aspek, dengan adanya informasi ini konsumen bisa mendapatkan kualitas dari produk yang dicari dari ulasan dan pengalaman yang ditulis oleh konsumen yang telah membeli produk dari penjual *online* (Auliya dkk., 2017, hlm. 91). *Online customer review* dibuat untuk menghindari terjadinya *tagrir* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan) dikarenakan keterbatasan dalam membeli secara *online* di *marketplace* Shopee. Pembeli tidak bisa memegang produk secara fisik atau langsung sehingga minim informasi hanya mengandalkan deskripsi dari penjual yang belum tentu benar sehingga

menimbulkan ketidakjelasan dan bisa mengakibatkan terjadinya penipuan apabila penjual berbuat curang. Untuk itu, yang menjadi acuan dalam menilai kualitas produk adalah melalui *review* (ulasan) atau testimoni dari konsumen yang sudah pernah berbelanja di toko tersebut.

Bab II telah menyebutkan bahwa *online customer review* atau testimoni secara *online* merupakan suatu bentuk pengakuan (*iqrar*) dan kesaksian (*syahadah*) atas suatu produk ataupun yang telah dirasakannya. Islam melarang *iqrar* dan *syahadah* dalam kaitannya jual beli yaitu jual beli *najasy* yaitu kesaksian atas kemampuan dan kualitas produk yang sebenarnya dengan melebih-lebihkan dan mengatakan pujian bahkan melebih-lebihkan sehingga calon konsumen tertipu (Zakiyah, 2021, hlm. 123).

Islam mengajarkan dalam menyampaikan informasi yang benar, seperti misalnya ulasan *online* (OCR) atau testimoni tidak merekayasa serta memanipulasi fakta. Allah berfirman dalam QS. al-Hajj ayat 30:

ذَٰلِكَ وَمَنْ يُعْظَمْ حُرْمَتِ اللَّهِ فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ عِنْدَ رَبِّهِ وَأُحِلَّتْ لَكُمُ الْأَنْعَامُ إِلَّا مَا يُثَلَّى
عَلَيْكُمْ فَاجْتَنِبُوا الرِّجْسَ مِنَ الْأَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ

Artinya: “Demikianlah (petunjuk dan perintah Allah). Siapa yang mengagungkan apa yang terhormat di sisi Allah (*hukumāt*) lebih baik baginya di sisi Tuhannya. Semua hewan ternak telah dihalalkan bagi kamu, kecuali yang diterangkan kepadamu (keharamannya). Maka, jauhilah (penyembahan) berhala-berhala yang najis itu dan jauhi (pula) perkataan dusta” (QS. al-Hajj: 30).

Hasil penelitian menunjukkan responden pelanggan *marketplace* Shopee di Banjarmasin percaya bahwa *syahadah* (kesaksian) atau *online*

customer review bukanlah praktik *bai najasy* sehingga *online customer review* dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Hasil ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Lee, dkk., dalam Farki (2016) bahwa orang dapat melihat banyaknya jumlah revidasi sebagai parameter popularitas sebuah produk atau nilai dari sebuah produk yang akan mempengaruhi kemauan untuk membeli suatu produk sebelum membuat keputusan pembelian pada produk atau jasa. Responden menanggapi apabila terdapat ulasan atau testimoni yang berisi argumen dan memiliki kualitas informasi yang dapat dipercaya dari konsumen yang sudah melakukan pembelian terhadap sebuah produk pada *marketplace* Shopee, maka hal tersebut dapat mempengaruhi konsumen dimana konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan pembelian. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwijayanti (2020) dan Ahmad Farki, dkk (2016) yang membuktikan bahwa *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Di Kota Banjarmasin Secara Parsial

Hasil olah data yang dilakukan sebelumnya dari variabel harga (X_2) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana hal tersebut menyatakan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Nilai t_{hitung} sebesar 9,744 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Hal ini menyatakan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat dikatakan signifikan yang berarti

berpengaruh secara parsial variabel harga (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Harga diartikan sebagai banyaknya uang yang diminta untuk mendapatkan suatu produk atau suatu jasa (Setyaningrum, 2015, hlm. 128). Konsumen akan sangat sensitif dalam merespon tingkat penetapan harga yang diterapkan oleh produk. Apabila harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas yang diharapkan, maka konsumen akan dengan cepat menyadari hal tersebut. Harga yang terlalu murah juga berdampak pada kualitas suatu barang, namun harga yang terlalu mahal konsumen juga harus mempertimbangkannya. Harga yang dilihat dari sudut pandang konsumen seringkali digunakan sebagai indikator nilai apabila harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Kesesuaian harga dengan kualitas dan kesesuaian harga dengan manfaat menjadi salah satu faktor tersendiri sebelum seseorang mengambil keputusan untuk membeli, karena apabila dari segi kualitas dan manfaat produk telah sesuai dengan keinginan konsumen maka mereka tidak salah mengambil keputusan pembelian, terlebih lagi pembelian secara *online*.

Dalam bab II telah dijelaskan bahwa menurut Ibnu Taimiyah dalam islam terdapat harga yang adil dimana nilai harga suatu barang dapat diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual itu ataupun barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu. Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taimiyah berhubungan dengan prinsip *la ḍarar* yakni tidak melukai dan merugikan orang lain sehingga dengan berbuat adil akan

mencegah terjadinya tindak kezaliman (Fasiha, 2017, hlm. 119), dalam hal ini kaitannya dalam harga di marketplace Shopee hendaklah barang dijual sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan terhadap suatu produk tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden percaya bahwa harga dalam *marketplace* Shopee berprinsip *la dharar* atau harga dalam *marketplace* Shopee sesuai dengan kualitas barang serta manfaat yang dirasakan sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka dalam berbelanja di aplikasi Shopee. Hal ini sesuai dengan yang diasumsikan oleh (Kotler & Keller, 2009, hlm. 174–175) bahwa alasan paling sederhana dari pembelian secara *online* adalah untuk menghemat uang. Pada beberapa kategori produk yang dijual secara *online*, memiliki harga lebih rendah secara signifikan daripada daftar harga produsen atau toko yang *offline*. Hal ini juga senada dengan penelitian Khafidatul Ilmiyah dan Indra Krishernawan (2020) bahwa harga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sesuai dengan teori di atas responden menanggapi bahwa harga merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee.