

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Shopee adalah anak perusahaan Sea Group, pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 secara serentak di 7 negara, yakni Singapura, Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam dan Filipina. Sea Group memiliki misi untuk meningkatkan kualitas kehidupan para konsumen dan pengusaha kecil menjadi lebih baik dengan teknologi. Sea Group terdaftar di NYSE (Bursa Efek New York) di bawah simbol SE. Shopee mulai masuk ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan Shopee baru mulai beroperasi pada akhir Juni 2015 di Indonesia. Shopee Indonesia beralamat di Wisma 77 Tower 2, Jalan Letjen. S. Parman, Palmerah, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11410, Indonesia. Shopee adalah aplikasi *marketplace online* untuk jual beli di ponsel dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk memudahkan penggunaannya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer. Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Saat ini, angka unduhan Shopee telah mencapai 50 juta unduhan di Google Play Store.

Sasaran pengguna Shopee adalah kalangan muda yang saat ini terbiasa melakukan kegiatan dengan bantuan gadget termasuk kegiatan berbelanja. Untuk

itu Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile guna untuk menunjang kegiatan berbelanja yang mudah dan cepat. Kategori 29 produk yang ditawarkan Shopee lebih mengarah pada produk fashion dan perlengkapan rumah tangga. Pada halaman awal pengguna akan disambut dengan 21 kategori yang tersedia di Shopee, yaitu Pakaian Wanita, Pakaian Pria, Sepatu Wanita, Sepatu Pria, Tas, Fashion Muslim, Aksesoris Fashion, Kecantikan dan Kesehatan, Jam Tangan, Gadget, Perlengkapan Olahraga, Hobi dan Mainan, Perlengkapan Bayi dan Anak, Perlengkapan Rumah, Elektronik, Komputer dan Aksesoris, Makanan dan Minuman, Voucher, Fotografi, Otomotif, dan Serba Serbi yang di dalamnya terdapat camilan dan dekorasi rumah.

Visi

Menjadi mobile marketplace nomor 1 di Indonesia

Misi

Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia

Sebagian besar pembeli banyak yang mendapatkan Voucher Gratis Ongkos Kirim jika pembeli tersebut melakukan pembelian dengan jumlah tertentu. Misalnya mendapatkan Voucher Gratis Ongkos Kirim dengan minimal pembelian sebesar Rp 30.000. Dengan cara ini, konsumen akan mendapatkan gratis ongkos kirim walaupun belanja hanya Rp30.000. Gratis ongkos kirim didapatkan pembeli dengan minimal belanja Rp30.000 ini biasanya memberikan gratis ongkos kirim ke alamat pembeli berupa Voucher Gratis Ongkos Kirim saat melakukan pembayaran. Penggunaan voucher ini juga memiliki syarat, di mana belanja minimal Rp30.000

akan mendapatkan gratis ongkos kirim Rp10.000 (wilayah pengiriman Pulau Jawa), belanja minimal Rp120.000 akan dapat gratis ongkos kirim Rp20.000 (wilayah pengiriman Pulau Jawa), dan belanja minimal Rp30.000 mendapat gratis ongkos kirim Rp40.000 (wilayah pengiriman luar Pulau Jawa). Dalam hal potongan ongkos kirim dari Shopee berdasarkan jenis pembayaran yaitu penggunaan jenis pembayaran ShopeePay.

ShopeePay adalah fitur layanan uang elektronik yang bisa menjadi pilihan metode pembayaran transaksi online, pembayaran transaksi *offline* di *merchant* ShopeePay, hingga untuk menerima pengembalian dana di aplikasi Shopee. Sebagai salah satu bentuk promosinya, konsumen yang berbelanja bisa mendapatkan Voucher Gratis Ongkos Kirim jika menggunakan metode pembayaran ShopeePay tersebut saat pembelian suatu produk. Syarat dan ketentuan penggunaan voucher ini pun bervariasi, ada yang harus minimal belanja Rp0, minimal belanja Rp30.000, bahkan gratis ongkos kirim sebesar Rp50.000 tanpa syarat dengan kuota voucher yang masing-masingnya bervariasi. Jadi hanya dengan menggunakan ShopeePay kita bisa mendapatkan promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim.

4.2 Gambaran Umum Responden

4.2.1 Gambaran Responden Menurut Umur dan Penghasilan Per Bulan

Tabel 4.1 menyajikan mengenai gambaran responden menurut umur dan penghasilan per bulan. Berdasarkan tabel 4.1, bahwa responden mayoritas berusia 20 – 22 tahun dengan penghasilan Rp 1.000.001 – Rp. 5.000.000 dan paling sedikit responden dengan usia 20-22 tahun dengan penghasilan Rp 5.000.001 – Rp.

10.000.000 dan responden dengan usia 23-25 tahun dengan penghasilan Rp 5.000.001 – Rp. 10.000.000.

Tabel 4. 1

Gambaran Responden Menurut Umur dan Penghasilan Per Bulan

| | Penghasilan | | | | Total |
|---------------|---------------------|------------------------------------|------------------------------------|-------------------|-------|
| | < = Rp 1.000.000 | Rp 1.000.001 – Rp. 5.000.000 | Rp 5.000.001 – Rp 10.000.000 | > Rp10.000.000 | |
| 17 - 19 tahun | 0 | 3 | 0 | 0 | 3 |
| 20 – 22 tahun | 3 | 16 | 1 | 0 | 20 |
| 23 – 25 tahun | 4 | 14 | 1 | 0 | 19 |
| > 26 tahun | 0 | 4 | 2 | 2 | 8 |
| Total | 7 | 37 | 4 | 2 | 50 |

4.2.2 Gambaran Responden Menurut Frekuensi dan Jenis Produk

Tabel 4.2 berikut membahas mengenai gambaran responden menurut frekuensi (berapa kali responden membeli produk di Shopee dalam satu bulan terakhir) dan jenis produk (produk apa yang sering responden beli di Shopee). Berdasarkan tabel 4.2, bahwa responden mayoritas berbelanja dengan kategori produk fashion wanita / pria dengan frekuensi 2 kali dan paling sedikit dengan frekuensi 1 kali dengan kategori elektronik dan accessories. Dengan frekuensi lebih dari 3 kali dengan kategori kecantikan dan kesehatan serta makanan dan minuman.

Tabel 4. 2

Gambaran Responden Menurut Frekuensi dan Jenis Produk

| | | Frekuensi | | | Total |
|--------|----------------------------|-----------|--------|-----------|-------|
| | | 1 kali | 2 kali | >= 3 kali | |
| Produk | Kecantikan dan kesehatan | 5 | 3 | 1 | 9 |
| | Elektronik dan accessories | 1 | 4 | 3 | 8 |
| | Hobi dan gaya hidup | 3 | 4 | 3 | 10 |
| | Makanan dan minuman | 2 | 0 | 1 | 3 |
| | Fashion wanita/pria | 2 | 9 | 9 | 20 |
| Total | | 13 | 20 | 17 | 50 |

4.2.3 Gambaran Responden Menurut Rata-rata dan Biaya

Tabel 4.3 menyajikan berapa kali rata – rata dalam sebulan membeli produk di Shopee dan biaya rata – rata yang dikeluarkan dalam setiap pembelian produk di Shopee. Berdasarkan tabel 4.3 bahwa responden mayoritas dalam sebulan membeli produk di Shopee sekitar 2 kali dengan biaya Rp 100.001 – Rp 500.000. Paling sedikit membeli produk di Shopee sekitar 2 kali Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000 dan lebih dari Rp 1.500.000 serta membeli produk di Shopee sekitar 3 kali dengan biaya Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000 dan lebih dari Rp 1.500.000.

Tabel 4. 3

Gambaran Responden Menurut Rata-rata dan Biaya

| | | Rata-rata | | | Total |
|-------|----------------------------|-----------|------|------|-------|
| | | 1.00 | 2.00 | 3.00 | |
| Biaya | < = Rp 100.000 | 6 | 3 | 0 | 9 |
| | Rp 100.001 – Rp 500.000 | 9 | 13 | 9 | 31 |
| | Rp 500.001 – Rp 1.000.000 | 2 | 0 | 4 | 6 |
| | Rp 1.000.001 –Rp 1.500.000 | 0 | 1 | 1 | 2 |
| | > Rp1.500.000 | 0 | 1 | 1 | 2 |
| Total | | 17 | 18 | 15 | 50 |

4.2.4 Gambaran Responden Menurut Promosi dan Frekuensi

Pernyataan berikut menyajikan apakah responden menggunakan promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim di Shopee dan berapa kali dalam satu bulan terakhir. Hasil menyatakan bahwa semua responden menggunakan promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim di Shopee. Dengan frekuensi 1 kali dalam sebulan sebanyak 14 orang, frekuensi 2 kali dalam sebulan sebanyak 23 orang, 3 kali dalam sebulan sebanyak 13 orang.

4.2.5 Gambaran Responden Menurut Promosi dan Gratis Ongkir

Tabel 4.4 menyajikan promosi Voucher Gratis Ongkos Kirim apa yang sering digunakan selama belanja di Shopee dan promosi Voucher Gratis Ongkos Kirim apa yang Anda gunakan dalam satu bulan terakhir ini. Tabel 4.5 menyajikan bahwa mayoritas responden selama belanja di Shopee dan selama 1 bulan terakhir, promosi Voucher Gratis Ongkos Kirim yang sering digunakan adalah Voucher Gratis Ongkos Kirim Shopeepay.

Tabel 4.4

Gambaran Responden Menurut Promosi dan Gratis Ongkir

| | Promosi Bulan Ini | | | | Total |
|---|--|------------------------------------|---|---|-------|
| | Voucher Gratis Ongkos Kirim Semua Pembayaran | Voucher Gratis Ongkos Kirim Shopee | Paket Voucher Hemat Gratis Ongkos Kirim | Voucher Gratis Ongkos Kirim COD (Bayar di Tempat) | |
| Promosi Voucher | | | | | |
| Voucher Gratis Ongkos Kirim Semua Pembayaran | 5 | 1 | 2 | 0 | 8 |
| Voucher Gratis Ongkos Kirim Shopee | 6 | 15 | 0 | 0 | 21 |
| Paket Voucher Hemat Gratis Ongkos Kirim | 11 | 0 | 5 | 0 | 16 |
| Voucher Gratis Ongkos Kirim COD (Bayar di Tempat) | 0 | 0 | 1 | 4 | 5 |
| Total | 22 | 16 | 8 | 4 | 50 |

4.3 Analisis Data Mengenai Promosi Penjualan

4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim

Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim. Berdasarkan tabel 4.5 dibawah, rata-rata tertinggi sebesar 4,6 dengan pernyataan saya mendapatkan potongan ongkos kirim dari Shopee berdasarkan jumlah pembelian. Bahwa tanggapan responden mengenai promosi penjualan voucher gratis ongkos kirim bernilai 4,5 yang termasuk dalam kategori sangat setuju. Pernyataan potongan ongkos kirim dari Shopee berdasarkan jumlah pembelian yang dilakukan termasuk dalam kategori sangat setuju. Tetapi dalam hal mendapatkan potongan ongkos kirim dari Shopee berdasarkan jenis pembayaran kurang mendukung keputusan pembelian karena mendapatkan skor

terendah hanya 4,4. Untuk tanggapan responden mengenai variabel promosi penjualan voucher gratis ongkos kirim sebesar 4,5 yang artinya responden setuju bahwa mendapatkan potongan ongkos kirim dari Shopee berdasarkan perusahaan jasa pengiriman. Serta responden setuju mendapatkan potongan ongkos kirim dari Shopee berdasarkan masing masing toko yang mendapatkan nilai sebesar 4,5 termasuk sangat setuju.



Tabel 4. 5

Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim

| No | Pernyataan | STS | | TS | | N | | S | | SS | | Total Skor | Rata-rata Skor | Kategori |
|----|--|-----|---|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|---------------|----------------|----------|
| | | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | | | |
| | | F | S | F | S | F | S | F | S | F | S | | | |
| 1 | Saya mendapatkan potongan ongkos kirim dari Shopee berdasarkan jumlah pembelian yang dilakukan | - | - | 4 | 12 | 14 | 56 | 32 | 160 | 228 | 4,6 | Sangat Setuju | | |
| 2 | Saya mendapatkan potongan ongkos kirim dari Shopee berdasarkan perusahaan jasa pengiriman | - | - | 5 | 15 | 16 | 64 | 29 | 145 | 224 | 4,5 | Sangat Setuju | | |
| 3 | Saya mendapatkan potongan ongkos kirim dari Shopee berdasarkan jenis pembayaran | - | - | 5 | 15 | 18 | 72 | 27 | 135 | 222 | 4,4 | Sangat Setuju | | |
| 4 | Saya mendapatkan potongan ongkos kirim dari Shopee berdasarkan masing masing toko | - | - | - | 5 | 15 | 60 | 30 | 150 | 225 | 4,5 | Sangat Setuju | | |
| | | | | | | | | | | | | 4,50 | Sangat Setuju | |

Data primer diolah (2021)

4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee

Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai keputusan pembelian secara online di Shopee. Berdasarkan tabel 4.6 di atas bahwa tanggapan responden mengenai keputusan pembelian secara online di Shopee bernilai 4,39 yang termasuk dalam kategori sangat setuju. Rata-rata tertinggi sebesar 4,5 dengan pernyataan saya memilih membeli produk di Shopee hanya yang informasinya lengkap yang artinya sangat setuju. Sedangkan rata-rata terendah sebesar 4,3 pada pernyataan saya memilih membeli produk di Shopee hanya yang berkualitas baik dan saya memilih membeli produk di Shopee hanya yang harganya murah termasuk sangat setuju. Dalam hal responden memilih membeli produk di Shopee hanya yang ada promosi gratis ongkos kirim termasuk dalam kategori sangat setuju yaitu sebesar 4,4.

Tabel 4. 6

Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee.

| No | Pernyataan | STS | | TS | | N | | S | | SS | | Total Skor | Rata-rata Skor | Kategori | |
|----|--|-----|---|----|---|----|----|----|----|----|-----|------------|----------------|---------------|---------------|
| | | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | | | | |
| | | F | S | F | S | F | S | F | S | F | S | | | | |
| 1 | Saya memilih membeli produk di Shopee hanya yang ada promosi gratis ongkos kirim | | - | | - | 4 | 12 | 21 | 84 | 25 | 125 | 221 | 4,4 | Sangat Setuju | |
| 2 | Saya memilih membeli produk di Shopee hanya yang berkualitas baik | | - | 1 | 2 | 10 | 30 | 11 | 44 | 28 | 140 | 216 | 4,3 | Sangat Setuju | |
| 3 | Saya memilih membeli produk di Shopee hanya yang harganya murah | | - | 2 | 4 | 9 | 27 | 13 | 52 | 26 | 130 | 213 | 4,3 | Sangat Setuju | |
| 4 | Saya memilih membeli produk di Shopee hanya yang informasinya lengkap | | - | - | 1 | 2 | 2 | 6 | 14 | 56 | 33 | 165 | 229 | 4,5 | Sangat Setuju |
| | | | | | | | | | | | | 4,39 | | | |

Data primer diolah (2021)

4.4 Analisis Regresi Sederhana

4.4.1 Hasil Perhitungan Regresi

Berikut ini adalah analisis regresi sederhananya

Tabel 4. 7

Uji T

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | .608 | 1.736 | | .350 | .728 |
| PP | .944 | .096 | .818 | 9.854 | .000 |

a. Dependent Variable: KP

Persamaan regresi di atas adalah

$$KP = 0,608 + 0.944 PP$$

Dari persamaan di atas bahwa koefisien regresi variabel promosi penjualan sebesar 0,944 bernilai positif artinya memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Nilai konstanta dari persamaan $KP = 0,608 + 0.944 PP$ bernilai positif sebesar 0,608 artinya bila tidak ada Voucher Gratis Ongkos Kirim, responden akan tetap memutuskan untuk membeli dari Shopee.

4.4.2 Pengaruh Promosi Penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee (Uji t)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas bahwa variabel promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim sebesar 0,944 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian, sesuai dengan alfa yang digunakan dalam perhitungan regresi sebesar 0,05. Dapat dikatakan secara statistik hipotesis yang menyatakan promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara online di Shopee adalah terbukti. Sehingga jika promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim semakin banyak, maka keputusan pembelian secara online di Shopee juga meningkat.

4.4.3 Koefisien Determinasi

Berikut ini adalah hasil dari koefisien determinasi. Koefisien determinasi (R^2) adalah suatu indikator yang digunakan untuk menggambarkan berapa banyak variasi yang dijelaskan dalam model. Berdasarkan nilai R^2 dapat diketahui tingkat signifikansi atau kesesuaian hubungan antara variabel bebas dan variabel tak bebas dalam regresi linier.

Tabel 4. 8

Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .818 ^a | .669 | .662 | 1.53564 |

a. Predictors: (Constant), PP

Nilai Adjusted R Square di atas sebesar 0,662 yang promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara online di Shopee sebesar 66,2% dan sisanya sebesar 33,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil regresi di atas bahwa promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim memiliki pengaruh positif yang artinya searah yaitu apabila tanggapan responden terhadap promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim semakin baik maka keputusan pembelian terhadap produk semakin kuat. Setiap kenaikan promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim satu satuan maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,944.

Berdasarkan uji t terbukti bahwa promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim memiliki nilai t hitung $>$ t tabel sehingga H_0 ditolak yang menyatakan promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan H_1 diterima yang menyatakan promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian Priansa dan Widiastuti (2021) dan Ramadhan dan Pancawati (2018) dimana pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi penjualan menggunakan kupon gratis ongkos kirim Shopee.

Jadi promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang artinya

keputusan pembelian dipengaruhi oleh promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim.

Hal ini didukung oleh hasil koefisien determinasi bahwa adjusted r square sebesar 0,662. Artinya kemampuan promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim dalam menjelaskan informasi yang dibutuhkan keputusan pembelian sebesar 66,2%. Keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim. Sisanya sebesar 33,8% kemungkinan kecil terdapat variabel lain diluar promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dari output di atas diketahui bahwa Hipotesis 1 diterima yaitu promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara online di Shopee. Promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim adalah fitur yang dimiliki Shopee. Di pikiran konsumen, promosi ini seperti melekat pada marketplace Shopee. Promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim bisa menghemat dana agar konsumen tidak perlu mengeluarkan uang tambahan untuk biaya pengiriman barang hingga sampai kepada konsumen. Karena Shopee telah membarikan gratis ongkir kepada pembeli. Promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim berfungsi untuk membantu dan mempercepat keputusan pembelian. Promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim dapat membantu konsumen memperoleh harga lebih terjangkau melalui potongan biaya pengiriman. Semakin tinggi potongan biaya pengiriman, semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh konsumen. Dengan konsumen akan lebih tertarik untuk melakukan pembelian.

Informasi yang diberikan promosi penjualan Voucher Gratis Ongkos Kirim untuk mendukung keputusan pembelian adalah dalam hal mendapatkan potongan ongkos kirim dari Shopee berdasarkan jumlah pembelian yang dilakukan. Tetapi dalam hal mendapatkan potongan ongkos kirim dari Shopee berdasarkan jenis pembayaran kurang mendukung keputusan pembelian. Serta responden setuju bahwa mendapatkan potongan ongkos kirim dari Shopee berdasarkan perusahaan jasa pengiriman. Serta responden setuju mendapatkan potongan ongkos kirim dari berdasarkan masing masing toko.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh membeli produk di Shopee hanya yang ada promosi gratis ongkos kirim, berkualitas baik, harga murah dan informasi lengkap.