

PENGARUH KEMUDAHAN BERTRANSAKSI DAN PENGALAMAN BELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS BELANJA ONLINE SHOPEE

(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis)

Helmi Gayatri Agustin, Mochamad. Aziz Basari dan Enjang Nursolih
Program Studi Manajemen dan Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan bertransaksi dan pengalaman belanja terhadap keputusan pembelian di situs belanja online Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif verifikatif dengan populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis yang pernah melakukan pembelian di Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan bertransaksi dan pengalaman belanja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini berarti semakin mudah transaksi dan semakin baik pengalaman belanja, semakin tinggi keputusan pembelian.

Kata kunci: Kemudahan Transaksi, Pengalaman Belanja, Keputusan Pembelian.

Pendahuluan

Latar Belakang: Perkembangan teknologi informasi telah mengubah perilaku konsumen, termasuk dalam hal berbelanja. Banyak konsumen beralih dari toko fisik ke platform belanja daring (*online shopping*). Shopee adalah salah satu platform yang populer di Indonesia. Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, khususnya kemudahan bertransaksi dan pengalaman belanja yang dirasakan oleh konsumen.

Rumusan Masalah:

1. Bagaimana pengaruh kemudahan bertransaksi terhadap keputusan pembelian di situs belanja online Shopee?
2. Bagaimana pengaruh pengalaman belanja terhadap keputusan pembelian di situs belanja online Shopee?
3. Bagaimana pengaruh kemudahan bertransaksi dan pengalaman belanja secara simultan terhadap keputusan pembelian di situs belanja online Shopee?

Tujuan Penelitian:

1. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan bertransaksi terhadap keputusan pembelian di situs belanja online Shopee.
2. Untuk menganalisis pengaruh pengalaman belanja terhadap keputusan pembelian di situs belanja online Shopee.
3. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan bertransaksi dan pengalaman belanja secara simultan terhadap keputusan pembelian di situs belanja online Shopee.

Landasan Teoritis

Kemudahan Bertransaksi: Kemudahan bertransaksi adalah sejauh mana konsumen merasa bahwa menggunakan suatu sistem belanja online tidak memerlukan banyak usaha fisik maupun mental. Nurahmanto (2015) menyatakan bahwa kemudahan bertransaksi

berhubungan dengan kemudahan penggunaan, ketersediaan informasi, dan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi.

Pengalaman Belanja: Pengalaman belanja adalah totalitas persepsi konsumen selama berinteraksi dengan suatu merek atau produk. Hildaria (2017) menjelaskan bahwa pengalaman belanja yang menyenangkan dapat meningkatkan minat beli dan loyalitas pelanggan. Ini mencakup kemudahan navigasi, tampilan, dan interaksi yang baik dengan platform.

Keputusan Pembelian: Keputusan pembelian adalah suatu proses di mana konsumen memilih di antara beberapa alternatif produk atau merek. Kotler (2012) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai suatu tahap di mana konsumen benar-benar membeli produk atau jasa.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif verifikatif**, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Objek Penelitian: Objek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis. **Jumlah populasi dan sampel tidak tercantum dalam dokumen, tetapi data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner.** Populasi adalah semua mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis yang pernah melakukan pembelian di Shopee. Data yang digunakan adalah **data primer** yang diperoleh melalui kuesioner.

Teknik Analisis Data: Data dianalisis dengan:

1. **Analisis Regresi Linier Berganda:**

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

2. **Uji Hipotesis (Uji t parsial):**

$$t_{hitung} = S_{bi} / b_i$$

3. **Uji Hipotesis (Uji F simultan):**

$$F_{hitung} = (1 - R^2) / (n - k - 1) R^2 / k$$

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan analisis regresi, diketahui bahwa kemudahan bertransaksi dan pengalaman belanja secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

- **Uji t (Parsial):** Menunjukkan bahwa kemudahan bertransaksi dan pengalaman belanja masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

- **Uji F (Simultan):** Menunjukkan bahwa kedua variabel independen (*kemudahan bertransaksi* dan *pengalaman belanja*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (*keputusan pembelian*).
- Koefisien Determinasi (R^2): Nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar **0.706** atau **70.6%**. Ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kemudahan bertransaksi dan pengalaman belanja sebesar 70.6%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan:

1. Komitmen organisasional berpengaruh signifikan dan negatif terhadap *turnover intention*.
2. Penilaian kinerja berpengaruh signifikan dan negatif terhadap *turnover intention*.
3. Komitmen organisasional dan penilaian kinerja secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan dan negatif terhadap *turnover intention*.

Saran:

1. **Bagi Instansi:** Perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan komitmen organisasional dan pelaksanaan penilaian kinerja yang lebih transparan dan adil, sehingga dapat menekan *turnover intention*.
2. **Bagi Peneliti Selanjutnya:** Peneliti selanjutnya diharapkan mengkaji ulang hubungan antara komitmen organisasional dan penilaian kinerja serta menggali lebih dalam mengenai pernyataan dalam kuesioner agar dapat mengukur variabel yang diuji dengan lebih akurat. Selain itu, disarankan untuk mengkaji variabel mediasi atau variabel lain yang mungkin memengaruhi *turnover intention*.

Daftar Pustaka

- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York:
- W. H. Freeman. Dessler, G. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Indeks.
- Fahmi, I. (2013). *Manajemen Kinerja (Teori dan Aplikasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Gomes, F. C. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hasibuan, M. S. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Mangkunegara, A. P. (2012). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siagian, S. P. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, G. (2013). Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional dan Turnover Intention. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 4(1).
- Swasto, U. (2014). Pengaruh Motivasi Kerja dan Komitmen Organisasional terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 7(2).
- Tania, S. (2013). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Komitmen Organisasional Karyawan. *Agora*, 1(3).
- Toly, A. A. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Turnover Intention Pada Staff Kantor Akuntan Publik. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 3(2), 102-125.
- Tsai, W. (2010). Hubungan Antara Organizational Citizenship Behavior, Job Satisfaction Dan Turnover Intention. *Jurnal Keperawatan Klinis*, 19(23-24).