

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul pengaruh kemudahan transaksi dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang. Rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang, dan apakah ada pengaruh kepercayaan kosumen terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarkat Kota Kupang, untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarkat Kota Kupang.

Penentuan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Kupang yang pernah atau biasa berbelanja di Shopee. Kemudian karna populasi tidak diketahui, maka penentuan sampel memnggunakan rumus rao purba menghasilkan 96 orang jumlah responden masyarakat Kota Kupang yang biasa atau pernah berbelanja di Shopee. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui googleform. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, Uji parsial (uji t), Uji simultan(Uji F), dan koefisien determinasi (R²).

Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel kemudahan transaksi diatas, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 79,6 – 81,6. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 321,7 dan nilai rata-rata indeks untuk variabel kemudahan transaksi yaitu sebesar 80,425 berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel kepercayaan konsumen diatas, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 81,4 – 83,3. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 329,4 dan nilai rata-rata indeks 82,35 berada dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear brganda $Y = 20.253 + 0,526 X_1 + 0,419 X_2$. Diketahui konstan regresi sebesar 20.253, dan kofisien regresi $b_1 = 0,526$,

koefisien regresi $b_2 = 0,419$. Nilai konstan sebesar 20.253 artinya jika nilai kemudahan transaksi (X1), kepercayaan konsumen (X2) sama dengan nol, maka keputusan pembelian (Y) memiliki nilai sebesar 20.253 satuan. Koefisien regresi (b_1) sebesar 0,526 artinya jika nilai kemudahan transaksi (X1) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,526 satuan. Koefisien regresi bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif kemudahan transaksi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Koefisien regresi (b_2) sebesar 0,419 artinya jika kepercayaan konsumen (X2) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,419 satuan. Koefisien regresi bernilai positif, artinya terdapat pengaruh positif kepercayaan konsumen (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Implikasi Terapan: Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa masukan sebagai berikut. Dengan diketahui bahwa variabel kemudahan transaksi pada Shopee di kategori baik dan terlihat bahwa semua indikator variabel kemudahan transaksi mendapatkan respon yang baik maka hal ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan. Karena adanya pilihan transaksi tersebut, maka konsumen akan mempertimbangkan untuk melakukan keputusan pembelian. Dengan diketahui bahwa variabel kepercayaan konsumen pada Shopee di kategori baik dan terlihat bahwa semua indikator kepercayaan konsumen mendapatkan respon yang baik maka hal ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan. Kemudian bagi konsumen yang ingin melakukan pembelian di Shopee harus melihat ulasan positif dan negatif dari konsumen terdahulu tentang produk yang ingin dibeli, karena adanya ulasan tersebut, mampu menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Dengan diketahui bahwa variabel keputusan pembelian pada Shopee di kategori baik dan terlihat bahwa semua indikator keputusan pembelian mendapatkan respon yang baik maka hal ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang, secara parsial kepercayaan konsumen berpengaruh

positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di shopee pada masyarakat Kota Kupang, dan secara simultan kemudahan transaksi, dan kepercayaan konsumen berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang.

Kata Kunci: kemudahan transaksi, kepercayaan konsumen, Keputusan Pembelian.