

Nur Istiqomah

Manajemen S1, Universitas Putra Bangsa

E-mail : niqniki123@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia sejak adanya pandemi Covid-19 dengan berbagai kebijakan pemerintah untuk mencegah penyebaran virus Corona agar tidak semakin meluas mengakibatkan perubahan pola hidup masyarakat dalam berbelanja yang awalnya *offline* menjadi *online* melalui *handphone* dengan berbasis elektronik yang disebut *E-Commerce*. Salah satu *E-Commerce* yang terkenal dan banyak digunakan masyarakat adalah Shopee. Shopee saat ini menjadi peringkat pertama aplikasi berbelanja dan telah di download lebih dari 100 (seratus) juta pengguna. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, keamanan dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang dilakukan kepada 100 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner melalui Google Formulir dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25.0 for Windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, keragaman produk, keamanan dan kemudahan transaksi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Keragaman Produk, Keamanan, Kemudahan Transaksi, Keputusan Pembelian

Abstract

The development of information and communication technology in Indonesia since the Covid-19 pandemic with various government policies to prevent the spread of the Corona virus so that it does not expand has resulted in changes in people's lifestyles in shopping which were originally offline to online via cellphones with electronic bases called E-Commerce. One of the well-known and widely used E-Commerce is Shopee. Shopee is currently the first ranked shopping application and has been downloaded by more than 100 (one hundred) million users. The purpose of this study was to determine the effect of product diversity, security and ease of transactions on purchasing decisions for Shopee users in Kebumen Regency. This study uses a non-probability sampling method with purposive sampling technique conducted on 100 respondents. Data collection techniques in this study used a questionnaire through Google Forms and literature study. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using SPSS version 25.0 for Windows. The results of this study indicate that product diversity has a positive and significant effect on purchasing decisions, security has a positive and significant effect on purchasing decisions, transaction convenience has a positive and significant effect on purchasing decisions, product diversity, security and ease of transactions together have a positive and significant effect on buying decision.

Keywords: Product Diversity, Security, Transaction Ease, Purchase Decision

Pengaruh Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian
(Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia sejak adanya pandemi Covid-19 dengan berbagai kebijakan pemerintah untuk mencegah penyebaran virus Corona agar tidak semakin meluas mengakibatkan penggunaan internet di Indonesia semakin berkembang dengan pesat. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan pada periode 2019-kuartal II 2020 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta pengguna dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 202,6 juta pengguna internet. Adanya berbagai kebijakan pemerintah untuk menangani Covid-19 memberi pengaruh yang sangat signifikan terhadap perubahan pola hidup di masyarakat dalam berbelanja yang awalnya dilakukan secara *offline*, kini berubah menjadi pola belanja secara *online* melalui handphone dengan berbasis jaringan elektornik yang disebut dengan *E-Commerce*. Di Indonesia terdapat banyak *E-Commerce*, antara lain Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli, Akulaku dan lain-lain. Salah satu *marketplace* yang terkenal dan banyak digunakan oleh masyarakat adalah Shopee. Shopee merupakan *e-commerce* yang menyediakan beragam produk sesuai dengan kebutuhan mulai dari pakaian, tas, sepatu, produk kecantikan, elektronik, perlengkapan rumah tangga, perlengkapan ibu dan bayi, makanan, perawatan tubuh, aksesoris, kesehatan, dan sebagainya dengan berbagai pilihan variasi produk, warna serta ukuran produk. Shopee saat ini menjadi peringkat pertama aplikasi berbelanja dan telah di *download* lebih dari 100 (seratus) juta pengguna.

Tabel I- 1 Persaingan E-Commerce di Indonesia

No	Merchant	AppStore Rank	PlayStore Rank
1	Shopee	1	1
2	Tokopedia	2	4
3	Lazada	3	2
4	Bukalapak	6	5
5	JD ID	7	6

Sumber : *iPrice*, 2021.

Persaingan *e-commerce* di Kabupaten Kebumen berdasarkan observasi awal menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 38 responden menggunakan Google Formulir sebagai berikut :

Tabel I- 2 Persaingan E-Commerce di Kabupaten Kebumen

No	E-Commerce	Jumlah	Persentase
1	Shopee	36	85,7%
2	Lazada	4	9,5%

3	Tokopedia	1	2,4%
4	Bukalapak	1	2,4%
5	Blibli	0	0%

Sumber : Hasil observasi terhadap 38 responden, 2021.

Menurut Katadata.co.id, *Gross Merchandise Value* (GMV) atau nilai transaksi bruto *e-commerce* Indonesia pada tahun 2020 mencapai US\$ 40,1 miliar atau Rp 573 triliun. Shopee membukukan Nilai Transaksi Bruto sebesar US\$ 14,2 miliar, Tokopedia sebesar US\$ 14 miliar, Lazada sebesar US\$ 4,5 miliar, Bukalapak sebesar US\$ 3 miliar, Blibli dan JD.ID sebesar US\$ 4,4 miliar. Pada tahun 2021, Nilai Transaksi Bruto Shopee mengalami kenaikan sebesar US\$ 16,8 miliar atau sekitar Rp 239 triliun selama kuartal III.

Berikut data observasi awal terhadap pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen sebanyak 33 (tiga puluh tiga) responden mengenai alasan mengambil keputusan pembelian di Shopee :

Tabel I- 3 Hasil Observasi yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Shopee

No	Alasan mengambil keputusan pembelian	Jumlah Responden	Presentase
1	Keragaman Produk	15	45,5%
2	Kemudahan Transaksi	8	24,2%
3	Keamanan	6	18,2%
4	Kualitas Layanan	3	9,1%
5	Iklan	1	3%
Jumlah		33	100%

Sumber : Hasil observasi terhadap 33 responden, 2021.

Berdasarkan Tabel I-2, peneliti memilih tiga alasan dengan jumlah responden terbanyak yang dianggap paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Shopee yaitu keragaman produk, keamanan dan kemudahan transaksi. Menurut Phillip and Kotler (2016), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk memilih beberapa alternatif pilihan yakni membeli atau tidak terhadap suatu produk yang dijual oleh produsen. Indikator keputusan pembelian antara lain keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, merek produk, penjual dan jumlah produk (Simamora dalam Azis *et al.*, 2021).

Pengaruh Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen)

Konsumen saat akan melakukan keputusan pembelian produk dilakukan dengan cara memilih berbagai produk yang terdapat pada kategori produk yang sesuai dengan kebutuhan sehingga penjual harus menyediakan produk yang beragam. Keragaman produk adalah kelengkapan suatu produk yang meliputi berbagai produk yang ditawarkan dan ketersediaan produk di berbagai toko (Kotler dan Keller, 2016). Keragaman produk secara langsung akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian (Rifianita & Basoeki, 2019). Menurut Yuwono & Yuwana dalam Tan, Vially (2021) terdapat lima indikator keragaman produk antara lain ukuran produk yang beragam, jenis produk yang beragam, bahan produk yang beragam, desain produk yang beragam dan kualitas produk yang beragam. Berdasarkan hasil penelitian variabel keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee (Iswandari dan Srihandayani, 2021).

Ketika konsumen akan melakukan keputusan pembelian sangat mempertimbangkan keamanan sehingga perusahaan harus memperhatikan keamanan konsumen agar tidak merasa takut akan adanya ancaman kejahatan *online* yang bisa menimbulkan kerugian. Keamanan dapat diberikan kepada konsumen dengan memberikan jaminan keamanan berupa garansi, data konsumen disimpan sesuai dengan Undang-Undang Privasi yang berlaku dan berkerjasama dengan bank yang diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Keamanan merupakan kemampuan untuk melindungi konsumen dari potensi ancaman terhadap transaksi keuangan, informasi dan data konsumen (Andriyani, 2014). Indikator-indikator keamanan meliputi jaminan keamanan, kerahasiaan data dan bukti transaksi (Arasu dan Viswanathan dalam Nurfauzan, 2021). Berdasarkan hasil penelitian variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee (Dewi, 2019).

Konsumen mempertimbangkan mekanisme pembayaran saat akan melakukan keputusan pembelian sehingga perusahaan harus menyediakan berbagai pilihan metode pembayaran yang mudah. Kemudahan transaksi adalah keefektifan dan keefisienan yang dirasakan oleh konsumen dalam melakukan kegiatan transaksi pembayaran terhadap produk yang dibeli melalui tahapan yang mudah (Yuliawan *et al.*, dalam Devi *et al.*, 2020). Menurut Niken dan Sri (2018) terdapat tiga indikator kemudahan transaksi antara lain kemudahan dipahami, kemudahan pembayaran dan pilihan transaksi fleksibel. Berdasarkan hasil penelitian variabel kemudahan transaksi berpengaruh positif

dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee (Devi *et al.*, 2020).

Berdasarkan latar belakang dan uraian masalah diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, keamanan dan kemudahan transaksi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen.

KAJIAN TEORI

Tinjauan Teori

Menurut Daulay dan Putri (2018), keputusan pembelian adalah sebuah tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli suatu produk. Pada penelitian ini keputusan pembelian dibatasi oleh lima indikator menurut Simamora dalam Azis *et al.*, 2021:

1. Keputusan tentang jenis produk
2. Keputusan tentang bentuk produk
3. Keputusan tentang merek produk
4. Keputusan tentang penjual
5. Keputusan tentang jumlah produk

Menurut Utami dalam Setyani dan Abdul (2021), keragaman produk yaitu banyaknya pilihan produk dalam masing-masing kategori produk. Indikator keragaman produk yang sesuai dengan *marketplace* Shopee menurut Yuwono & Yuwana dalam Tan, Vially, 2021:

1. Ukuran produk yang beragam
2. Jenis produk yang beragam
3. Bahan produk yang beragam
4. Desain produk yang beragam
5. Kualitas produk yang beragam

Menurut Andriyani (2014), keamanan merupakan kemampuan untuk melindungi konsumen dari potensi ancaman terhadap transaksi keuangan, informasi dan data konsumen. Indikator keamanan menurut Arasu dan Viswanathan dalam Nurfauzan, 2021 :

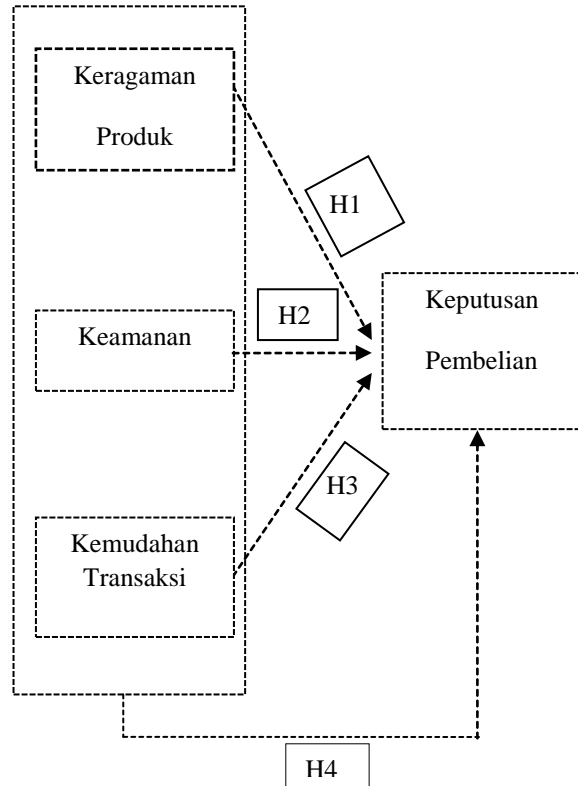
1. Jaminan keamanan
2. Kerahasiaan data
3. Bukti transaksi

Pengaruh Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian
(Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen)

Menurut Yuliawan *et al.*, dalam Devi *et al.*, (2020), kemudahan transaksi adalah keefektifan dan keefisienan yang dirasakan oleh konsumen dalam melakukan kegiatan transaksi pembayaran terhadap produk yang dibeli melalui tahapan yang mudah. Indikator kemudahan transaksi menurut Niken dan Sri, 2018 :

1. Kemudahan dipahami
2. Kemudahan pembayaran
3. Pilihan transaksi fleksibel

Model Empiris



Gambar II- 1 Model Empiris

Metode Penelitian

Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu keragaman produk, keamanan dan kemudahan transaksi sedangkan variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen. Sedangkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu metode *purposive sampling*. Adapun kriteria sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen yang pernah melakukan pembelian di Shopee dan minimal berusia 17 tahun. Alat pengumpulan data dalam penelitian ini

menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden melalui Google Formulir. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert 4. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan program SPSS 25 *for windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur valid atau tidak valid suatu kuesioner (Ghozali, Imam, 2018). Suatu kuesioner dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilainya positif.

Tabel IV- 1 Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk

No	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	X1.1	0,688	0,1966	0,000	Valid
2	X1.2	0,777	0,1966	0,000	Valid
3	X1.3	0,826	0,1966	0,000	Valid
4	X1.4	0,796	0,1966	0,000	Valid
5	X1.5	0,798	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Berdasarkan Tabel IV-5, menunjukkan bahwa semua item instrumen variabel Keragaman Produk dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga item yang dipakai pada variabel Keragaman Produk dinyatakan valid (sah).

Tabel IV- 2 Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan

No	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	X2.1	0,845	0,1966	0,000	Valid
2	X2.2	0,766	0,1966	0,000	Valid
3	X2.3	0,792	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Berdasarkan Tabel IV-6, menunjukkan bahwa semua item instrumen variabel Keamanan dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga item yang dipakai pada variabel Keamanan dinyatakan valid (sah).

Tabel IV- 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Transaksi

No	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	X3.1	0,895	0,1966	0,000	Valid
2	X3.2	0,878	0,1966	0,000	Valid
3	X3.3	0,832	0,1966	0,000	Valid

Pengaruh Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian
(Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen)

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Berdasarkan Tabel IV-7, menunjukkan bahwa semua item instrumen variabel Kemudahan Transaksi dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga item yang dipakai pada variabel Kemudahan Transaksi dinyatakan valid (sah).

Tabel IV- 4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

No	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1	Y.1	0,706	0,1966	0,000	Valid
2	Y.2	0,822	0,1966	0,000	Valid
3	Y.3	0,781	0,1966	0,000	Valid
4	Y.4	0,839	0,1966	0,000	Valid
5	Y.5	0,763	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Berdasarkan Tabel IV-8, menunjukkan bahwa semua item instrumen variabel Keputusan Pembelian dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga item yang dipakai pada variabel Keputusan Pembelian dinyatakan valid (sah).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas atau uji kehandalan merupakan alat yang digunakan untuk menguji konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan dari kuesioner (Ghozali, Imam, 2018). Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau 60% (Ghozali,2018).

Tabel IV- 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keragaman Produk

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Syarat Reliabel	Keterangan
Keragaman Produk	0,832	>0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Berdasarkan Tabel IV-9, hasil analisis dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach Alpha* Keragaman Produk sebesar 0,832 yang berarti nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,60 sehingga variabel Keragaman Produk dinyatakan reliabel.

Tabel IV- 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keamanan

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Syarat Reliabel	Keterangan
Keamanan	0,719	>0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Berdasarkan Tabel IV-10, hasil analisis dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach Alpha* Keamanan sebesar 0,719 yang berarti nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,60 sehingga variabel Keamanan dinyatakan reliabel.

Tabel IV- 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan Transaksi

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Syarat Reliabel	Keterangan
Kemudahan Transaksi	0,837	>0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Berdasarkan Tabel IV-11, hasil analisis dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach Alpha* Kemudahan Transaksi sebesar 0,837 yang berarti nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,60 sehingga variabel Kemudahan Transaksi dinyatakan reliabel.

Tabel IV- 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Syarat Reliabel	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,832	>0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Berdasarkan Tabel IV-12, hasil analisis dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach Alpha* Keputusan Pembelian sebesar 0,832 yang berarti nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,60 sehingga variabel Keputusan Pembelian dinyatakan reliabel.

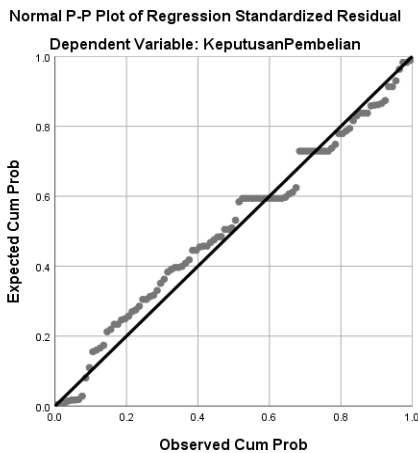
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi variabel mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, Imam, 2018). Pengujian ini menggunakan *Normal P-Plot of Regression Standarized Residual*. Untuk mengetahui data berdistribusi normal dengan cara melihat grafik dimana titik-titik berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Pengaruh Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian
(Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen)

Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas



Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Berdasarkan Gambar IV-1, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data dinyatakan normal dan menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali, Imam (2018), uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan ada tidaknya korelasi antar variabel independen. Apabila nilai $VIF \geq 10$ dan Tolerance lebih kecil dari 0,10 maka terjadi multikolinieritas, sedangkan $VIF \leq 10$ dan Tolerance lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

Tabel IV- 9 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Keragaman Produk	0,446	2,243
Keamanan	0,666	1,502
Kemudahan Transaksi	0,421	2,375

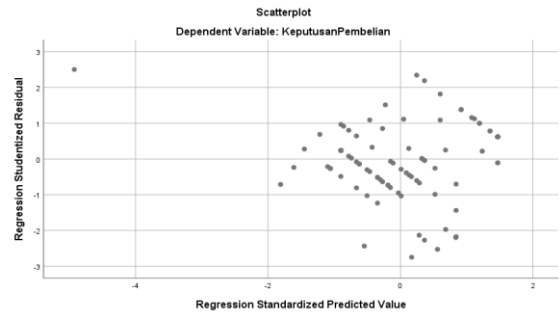
Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Berdasarkan Tabel IV-13, terlihat bahwa nilai VIF untuk variabel Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi kurang dari 10 dan nilai Tolerance untuk variabel Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi lebih besar dari 0,10. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas sehingga model regresi dapat dipakai.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, Imam (2018), uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidakpastian *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain.

Gambar IV- 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Berdasarkan Gambar IV-2, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) dan tidak ada pola yang jelas sehingga dapat disimpulkan model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, Imam, 2018). Analisis regresi linear berganda digunakan apabila variabel independen minimal berjumlah dua.

Tabel IV- 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Keterangan	B
Konstanta	1,227
Keragaman Produk	0,222
Keamanan	0,524
Kemudahan Transaksi	0,599

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Berdasarkan Tabel IV-14, maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 1,227 + 0,222 X_1 + 0,524 X_2 + 0,599 X_3 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Konstanta (a) = 1,227

Pengaruh Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian
(Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen)

Menyatakan bahwa apabila tidak ada pengaruh variabel Keragaman Produk (X1), Keamanan (X2) dan Kemudahan Transaksi (X3) maka variabel Keputusan Pembelian (Y) mempunyai nilai sebesar 1,227.

2) $b_1 = 0,222$

Apabila variabel Keragaman Produk (X1) mengalami kenaikan sebesar 1% maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,222. Koefisien regresi bernilai positif artinya terjadi pengaruh yang positif antara Keragaman Produk (X1) dengan Keputusan Pembelian (Y), semakin tinggi keragaman produk maka semakin meningkatkan keputusan pembelian.

3) $b_2 = 0,524$

Apabila variabel Keamanan (X2) mengalami kenaikan sebesar 1% maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,524. Koefisien regresi bernilai positif artinya terjadi pengaruh yang positif antara Keamanan (X2) dengan Keputusan Pembelian (Y), semakin tinggi tingkat keamanan maka semakin meningkatkan keputusan pembelian.

4) $b_3 = 0,599$

Apabila variabel Kemudahan Transaksi (X3) mengalami kenaikan sebesar 1% maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,599. Koefisien regresi bernilai positif artinya terjadi pengaruh yang positif antara Kemudahan Transaksi (X3) dengan Keputusan Pembelian (Y), semakin tinggi kemudahan transaksi maka semakin meningkatkan keputusan pembelian.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali, Imam (2018), uji parsial digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan dan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Tabel IV- 11 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Keterangan	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1,227	1,167		1,051	0,296
Keragaman Produk	0,222	0,094	0,213	2,376	0,019
Keamanan	0,524	0,110	0,349	4,749	0,000

Kemudahan Transaksi	0,599	0,146	0,380	4,107	0,000
---------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

a. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil Uji t pada Tabel IV-15, menunjukkan nilai $t_{hitung} 2,376 > t_{tabel} 1,98498$ dan tingkat signifikansi $0,019 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi, $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa Keragaman Produk mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

b. Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil Uji t pada Tabel IV-15, menunjukkan nilai $t_{hitung} 4,749 > t_{tabel} 1,98498$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Jadi, $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa Keamanan mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

c. Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil Uji t pada Tabel IV-15, menunjukkan nilai $t_{hitung} 4,107 > t_{tabel} 1,98498$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Jadi, $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Transaksi mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghazali, Imam (2018), uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Tabel IV- 12 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Keterangan	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	354,318	3	118,106	60,634	0,000 ^b
Residual	186,992	9	1,948		
Total	541,310	9			

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Berdasarkan Tabel IV-16, diperoleh nilai f_{tabel} sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan f_{hitung} sebesar $60,634 > f_{tabel} 2,70$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian
(Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen)

Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali, Imam (2018), koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen (X) dapat menjelaskan variabel dependen (Y).

Tabel IV- 13 Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,809 ^a	0,655	0,644	1,396

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Berdasarkan Tabel IV-17, dapat dianalisis bahwa angka R Square sebesar 0,655 sedangkan Adjusted R Square sebesar 0,644. Hal ini berarti 0,644 atau 64,4% dari Keputusan Pembelian bisa dijelaskan oleh tiga variabel independen yaitu Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi sedangkan sisanya sebesar 35,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini seperti kepercayaan, kualitas layanan, ulasan produk, kenyamanan, pengalaman pembelian dan sebagainya.

Pembahasan

1) Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian H1 dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa Keragaman Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan hasil t_{hitung} sebesar $2,376 > t_{tabel}$ 1,98498 dan tingkat signifikansi $0,019 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iswandari dan Srihandayani (2021), Simamora (2020), Andayani (2021) dan Yahya (2017) yang menyatakan bahwa Keragaman Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Aplikasi Shopee menawarkan berbagai produk yang beragam kepada konsumen sehingga konsumen memiliki banyak pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan. Jika semakin tinggi keragaman produk ditawarkan oleh pihak Shopee, maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat.

2) Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian H2 dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa Keamanan berpengaruh

terhadap Keputusan Pembelian dengan hasil t_{hitung} sebesar $4,749 > t_{tabel}$ 1,98498 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dilla dan Usman (2021), Dewi (2019), Ramadhani (2021), Az-Zahra (2018), Arda dan Hasoloan (2021) yang menyatakan bahwa Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Aplikasi Shopee memberikan jaminan keamanan, kerahasiaan data dan bukti transaksi kepada konsumen sehingga konsumen tidak merasa khawatir ketika akan melakukan pembelian. Jika semakin tinggi keamanan yang diberikan kepada konsumen, maka keputusan pembelian di Shopee akan semakin meningkat.

3) Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian H3 dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa Kemudahan Transaksi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan hasil t_{hitung} sebesar $4,107 > t_{tabel}$ 1,98498 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartono *et al.*, (2021) dan Devi *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa Kemudahan Transaksi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Aplikasi Shopee memberikan kemudahan untuk melakukan transaksi oleh konsumen saat akan melakukan pembelian dengan cara menyediakan metode pembayaran yang mudah untuk dipahami, proses pembayaran yang mudah dan pilihan transaksi yang fleksibel. Jika semakin tinggi kemudahan transaksi yang diberikan kepada konsumen, maka keputusan pembelian di Shopee akan semakin meningkat.

4) Pengaruh Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian H4 dilakukan untuk mengetahui pengaruh Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian dengan hasil f_{hitung} sebesar $60,634 > f_{tabel}$ 2,70 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

PENUTUP

Simpulan

1. Variabel keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee di Kabupaten Kebumen.
2. Variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee di Kabupaten Kebumen.
3. Variabel kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee di Kabupaten Kebumen.
4. Variabel keragaman produk, keamanan dan kemudahan transaksi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee di Kabupaten Kebumen.

Saran

1. Keragaman Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sehingga penulis menyarankan sebaiknya pihak Shopee mempermudah para pelaku usaha dengan cara memberikan persyaratan bergabung menjadi seller dengan cara yang mudah dan tidak terlalu ketat agar para pelaku usaha tertarik untuk membuka usaha dengan menjual produk dan jasanya melalui Shopee sehingga para pengguna Shopee memiliki banyak pilihan penjual yang menawarkan beragam produk.
2. Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sehingga penulis menyarankan sebaiknya pihak Shopee untuk terus menjaga dan meningkatkan sistem keamanan yang dimiliki kepada penjual dan konsumen dengan cara memberikan jaminan keamanan berupa Garansi Shopee, menjaga kerahasiaan data pribadi sesuai UU Privasi, memberikan bukti transaksi serta nomor resi pengiriman barang agar konsumen tidak merasa khawatir saat melakukan keputusan pembelian di Shopee karena terhindar dari tindak kejahatan *online*. Hal ini dilakukan agar keputusan pembelian oleh konsumen semakin meningkat.
3. Kemudahan Transaksi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sehingga penulis menyarankan sebaiknya pihak Shopee untuk terus meningkatkan kemudahan transaksi dengan cara menyediakan berbagai metode pembayaran yang lebih mudah untuk dilakukan dan pilihan transaksi yang fleksibel seperti kartu kredit/debit, transfer bank dicek otomatis, Indomaret, Alfamart, ShopeePay, SPayLatter, *Cash On Delivery* (COD), BCA OneKlik, cicilan kartu kredit dan Akulaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, Dewi. 2014. Pengaruh Faktor Keamanan, Pengetahuan Teknologi Internet, Kualitas Layanan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian melalui Situs Jejaring Sosial. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu.
- APJII. 2021. "Harapan 2021 APJII untuk Pemerintah Pusat dan Daerah demi Pertumbuhan Industri Internet RI". <https://blog.apjii.or.id/index.php/2021/01/14/harapan-2021-apjii-untuk-pemerintah-pusat-dan-daerah-demi-pertumbuhan-industri-internet-ri/>. Diakses tanggal 4 Oktober 2021.
- Azis, A. R., Asdar, M., & Munir, A. R. (2021). The Effect of Trust and Price on Purchase Decisions Through Brand Image as Intervening Variables (Case Study of Shopee Users in Makassar City). *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 4(1), 22-39.
- Daulay, R., & Putri, R. E. (2018). Analisis Faktor-faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional ke-8 APPPTMA*. 1-6.
- Dewi, N. D. (2019). Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan Pengalaman Pembelian terhadap Keputusan Pembelian secara Online menggunakan Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo). *Jurnal Ekomaks: Jurnal Manajemen, Ekonomi Kreatif dan Bisnis*, 8(1), 25-32.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Sembilan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Heni, D. A., Mursito, B., & Damayanti, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Situs Shopee. *SMOOTHING*, 18(2), 146-150.

Pengaruh Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian
(Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen)

- iPrice Group. 2021. "Peta E-Commerce di Indonesia".
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>. Diakses tanggal 5 November 2021.
- Iswandari, L. F. (2021). Pengaruh Harga, Promosi dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya). *Journal of Sustainability Business Research (JSBR)*, 2(1), 89-97.
- Kotler, Phillip and Gary Amstrong. 2016. *Principles of Marketing*. 16th edition. New Jersey: Pearson: Prentice Hall.
- Lestari, N. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Situs Mataharimall.com. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1).
- Nurfauzan, M. P. (2021). Pengaruh Harga, Keamanan dan Kemudahan Transaksi terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Mahasiswa Pengguna Halodoc Ditengah Kondisi Pandemi COVID-19). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Rifianita, R. D., & Basoeki, R. S. (2019). Pengaruh Store Layout dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Seamart Swalayan Malang). *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(3), 113 -116.
- Setyani, T., & Abdul, F. W. (2021). Pengaruh Store Layout dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Indomaret Satria Jaya Tambun Utara. *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 95-103.
- Tan, V. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT LKD Multi Industri di Kota Batam (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Yuliatwati. 2021. "Nilai Transaksi E-Commerce RI Melonjak 91%, Shopee Kuasai Pasar". <https://katadata.co.id/yuliatwati/digital/60ba67ba89507/nilai-transaksi-e-commerce-ri-melonjak-91-shopee-kuasai-pasar>. Diakses tanggal 11 Desember 2021.