

# PENGARUH HARGA, ULASAN PRODUK DAN METODE PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKET PLACE* SHOPEE (Studi Kasus Kepada Konsumen Shopee di Surabaya)

Rizka Rahayu  
rahayurizka370@gmail.com  
Budiyanto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

## ABSTRACT

*This research aimed to examine the effect of price, product review, and payment method on the purchasing decisions at Shopee E-Commerce application (A Public Case Study in Surabaya). The population was customers who had made transactions at Shopee E-Commerce with an unknown number of people in Surabaya. Furthermore, the data collection technique used an accidental sampling. In line with that, there were 100 respondents as the sample. The data were primary, with questionnaires as the instrument. The questionnaires were distributed to the respondents. Moreover, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 29 version. The result showed that the classical assumption test consisting of normality, multicollinearity, and heteroscedasticity test showed that all the variables did not contravene the existing rules. Additionally, the proper model test consisting of F-test, determination coefficient, and regression model was properly to be used. In addition, the hypothesis test showed that price, product review, and payment method had a significant effect on the purchasing decisions.*

*Keywords: Price, Product Review, Payment Method*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, ulasan produk dan metode pembayaran terhadap keputusan pembelian pada *E-Commerce* Aplikasi Shopee (studi kasus masyarakat Kota Surabaya). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konsumen yang telah melakukan transaksi pembelian pada *E-Commerce* Shopee pada masyarakat Kota Surabaya yang tidak diketahui jumlah konsumennya secara pasti. Teknik Pengambilan sampel menggunakan Teknik *accidental sampling* yaitu dengan jumlah sampel sebanyak 100 Responden. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS Versi 29,0 for windows. Hasil penelitian uji asumsi klasik yang dilakukan melalui uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas yang menunjukkan bahwa semua variabel tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan. Sedangkan hasil uji kelayakan model yang dilakukan dengan uji F dan koefisien determinasi, model regresi yang telah digunakan pada penelitian ini layak untuk digunakan. Hasil Uji hipotesis menunjukkan bahwa Harga, Ulasan Produk dan Metode Pembayaran Berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Harga, Ulasan Produk dan Metode Pembayaran

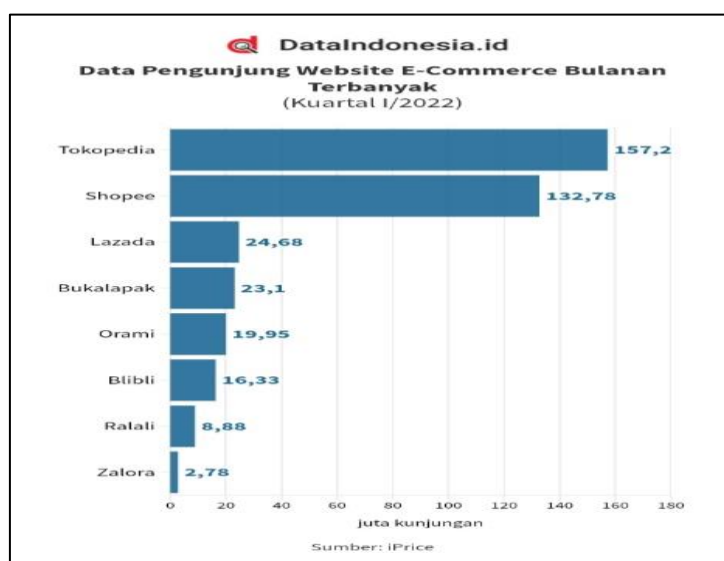
## PENDAHULUAN

Pada era *millennial* saat ini teknologi sudah berkembang pesat dan mudah diakses oleh semua kalangan. Apalagi masyarakat Indonesia yang pandai dalam menjalankan kemajuan teknologi. Hampir semua kalangan dapat menjalankan internet, Mulai dari Orang dewasa, hingga remaja. Salah satunya adalah penggunaan media sosial yang banyak digunakan sekarang ini dengan fungsi masing-masing dalam media sosial tersebut. Tentunya di era sekarang semua dapat dilakukan dengan mudah dalam melakukan semua kegiatan tanpa harus keluar rumah untuk melakukannya. Banyaknya pengguna internet di zaman sekarang ini muncul banyak pasar online atau marketplace untuk media pemasaran.

*Market place* adalah media berbasis internet (*web based*) tempat melakukan kegiatan bisnis

antara penjual dan pembeli. melalui pasar online atau marketplace yang telah merubah cara seseorang dalam melakukan transaksi pembelian. Adanya sistem penjualan online lebih mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi pembelian secara online yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. Mereka tidak perlu datang langsung ke toko Offline, mereka hanya mengunjungi situs aplikasi belanja online dan memilih barang yang ingin dibeli. Tanpa disadari perubahan ini merubah gaya hidup masyarakat. Pada zaman dulu seseorang harus pergi ke toko *Offline* untuk membeli produk yang ingin dibeli calon konsumen.

Tanpa disadari perubahan ini merubah gaya hidup masyarakat. Pada zaman dulu seseorang harus pergi ke toko *Offline* untuk membeli produk yang ingin dibeli calon konsumen. Tapi, sekarang kita hanya menunggu dan diam di rumah barang akan diantar langsung sampai depan rumah.



**Gambar 1**  
Data pengunjung E-Commerce (Kuartal I/2022)

Pada data diatas shopee berada pada peringkat kedua yang menjadi masalah berpengaruh terhadap terjadinya keputusan pembelian. Masalah yang sering terjadi adalah foto di platform tidak sesuai dengan barang asli yang datang setelah dibeli, mereka tertipu oleh foto yang berada di *platform Shopee* tersebut dan itu sangat merugikan bagi pelanggan, barang yang tidak sesuai, kerusakan barang, pengiriman yang lama dan pernah tertipu saat belanja online ekspektasi tak sesuai realita dikarenakan pembeli tidak dapat memegang langsung barang yang akan dibeli. Mereka hanya melihat foto yang terpajang pada *platform e-commerce* Shopee. Shopee untuk menarik minat pelanggan. Apakah harga, ulasan produk dan metode pembayaran berpengaruh terhadap sebuah keputusan pembelian. Dan menjadi pertimbangan para konsumen untuk melakukan sebuah keputusan pembelian kepada aplikasi tersebut Dalam melakukan sebuah keputusan pembelian pelanggan akan melakukan beberapa pertimbangan sebelum memutuskan pembelian. adalah harga, ulasan produk dan metode pembayaran. Konsumen saat ini sangat kritis dalam memilih produk.

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut: (1) Apakah Harga mempengaruhi keputusan pembelian pada *E-Commerce* aplikasi Shopee?; (2) Apakah Ulasan Produk mempengaruhi keputusan pembelian pada *E-Commerce* aplikasi Shopee?; (3) Apakah metode pembayaran mempengaruhi keputusan pembelian pada *E-Commerce* aplikasi Shopee?. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui dan menganalisis

pengaruh harga terhadap keputusan pembelian saat berbelanja online pada aplikasi Shopee. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ulasan produk terhadap keputusan pembelian saat berbelanja online pada aplikasi Shopee. (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh metode pembayaran terhadap keputusan pembelian saat berbelanja online pada aplikasi Shopee.

## **TINJAUAN TEORITIS**

### **Pemasaran**

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3), Pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

### **Harga**

Sejumlah nilai yang berbentuk uang. Maka dari itu sebelum konsumen mendapatkan sebuah produk barang / jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan produk yang akan dimiliki, konsumen harus mengeluarkan sejumlah uang demi memenuhi kebutuhan harga yang memiliki sifat yang sangat fleksibel bisa berubah sesuai waktu dan tempat. Harga juga menunjukkan suatu kualitas produk atau jasa.

### **Ulasan Produk**

Penilaian dari konsumen yang sudah melakukan pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk, baik dari segi kualitas produk maupun dari pelayanan yang diberikan untuk mendeskripsikan berupa penilaian baik keunggulan atau kelemahan sebuah produk yang dibeli pembeli sebelumnya. penilaian tersebut berupa keunggulan dan kelemahan suatu produk dari pembeli sebelumnya.

### **Metode Pembayaran**

Sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme transfer dana untuk memenuhi kewajiban yang timbul dari kegiatan ekonomi. Menurut Pohan (2011:70) metode pembayaran yang mengatur sebuah transaksi dan mekanisme penggunaan, penerimaan pembayaran dan memenuhi kewajibannya yang kemudian di kumpulkan melalui pembayaran antara individu, bank dan lembaga keuangan lainnya.

### **Keputusan Pembelian**

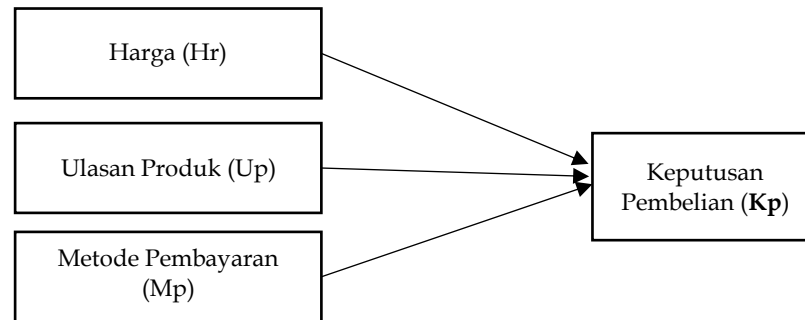
Keputusan pembelian adalah suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Menurut Buchari (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan proses.

### **Penelitian Terdahulu**

Pertama, Sudjarmika (2017) menunjukkan hasil bahwa adanya hubungan yang tidak signifikan antara Harga terhadap keputusan pembelian, sebaliknya penelitian Ika *et al.* (2022) menunjukkan hasil bahwa adanya hubungan yang signifikan antara Harga terhadap keputusan pembelian. Kedua, Vania (2017) menunjukkan hasil bahwa adanya hubungan yang signifikan antara Ulasan Produk terhadap keputusan pembelian, sebaliknya penelitian Mulyana (2021) menunjukkan hasil bahwa adanya hubungan yang tidak signifikan antara Ulasan Produk terhadap keputusan pembelian. Ketiga, Handayani (2021) menunjukkan hasil bahwa adanya hubungan yang signifikan antara metode pembayaran terhadap keputusan

pembelian, sebaliknya penelitian Rifky (2020) menunjukkan hasil bahwa adanya hubungan yang tidak signifikan antara metode pembayaran terhadap keputusan pembelian.

### Rerangka Konseptual



Sumber Peneliti : 2023

Gambar 1

Rerangka Konseptual

### Pengembangan Hipotesis

H<sub>1</sub> : Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.

H<sub>2</sub> : Ulasan Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.

H<sub>3</sub> : Metode Pembayaran Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.

### Pengembangan Hipotesis

#### Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga menurut kotler (2016:31) jumlah yang dibebankan untuk produk atau layanan. Dengan kata lain, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk memiliki atau mendapatkan keuntungan dari suatu produk atau jasa. bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, semakin tinggi harga maka semakin rendah keputusan pembelian, sebaliknya semakin rendah harga semakin tinggi keputusan pembelian. Penelitian tentang ulasan produk ini telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu akan tetapi masih ada ketidakjelasan pada kesimpulan. Penelitian yang dilakukan oleh Sudjatmika (2017) dan Ika *et al* (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulannya bahwa harga yang terjangkau dan sesuai dengan produk yang dibutuhkan maka akan sangat memberikan pengaruh terhadap calon konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Dan berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu oleh Susi (2019) dan Sari (2022) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini adalah bahwa tingginya harga dengan barang yang sama akan menurunkan keputusan pembelian.

H<sub>1</sub> : Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian

#### Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Ulasan produk opini yang diberikan oleh konsumen yang telah melakukan pembelian sebelumnya. Memberikan penilaian terhadap produk yang sudah dibeli memberikan foto/video untuk mereview produk sehingga calon pelanggan yang baru akan diyakinkan dengan penilaian yang diberikan konsumen sebelumnya. Ulasan produk saat pembeli menerima produk Anda. Anda memiliki kesempatan untuk menilai produk Anda pada skala 1 sampai 5 bintang. Mulyana (2021) dan Ika *et al* (2022) menyatakan bahwa ulasan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. bahwa ulasan produk yang bagus maka akan sangat memberikan pengaruh terhadap calon konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Dan berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu oleh Pratiwi (2022) dan Vania (2017) yang menyatakan bahwa ulasan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H<sub>2</sub>: Ulasan Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian

### **Pengaruh Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian**

Metode pembayaran adalah metode dimana transaksi pembelian dan penjualan dibayar. Menurut situs Bank Indonesia, terdapat dua jenis metode atau sistem pembayaran, yaitu pembayaran tunai dan pembayaran nontunai. Perbedaan keduanya terletak pada instrumen yang digunakan. Metode pembayaran yang mudah akan memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi. Artinya tidak membingungkan calon pelanggan untuk melakukan transaksi. Penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2021) menyatakan bahwa metode pembayaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulannya bahwa metode pembayaran yang mudah dilakukan oleh pelanggan maka akan sangat memberikan pengaruh terhadap calon konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Dan berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu oleh Rifky (2020) yang menyatakan bahwa metode pembayaran tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan pada penelitian ini adalah bahwa metode pembayaran yang sulit dan tidak dapat dilakukan oleh pelanggan akan menurunkan keputusan pembelian.

H<sub>3</sub>: Metode Pembayaran Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan metode Penelitian kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, ulasan produk dan metode pembayaran terhadap keputusan pembelian aplikasi Shopee. Sugiyono (2018:13) data kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada *post positivisme* (data konkrit), data pada penelitian berupa angka-angka yang diukur dengan menggunakan statistik sebagai penguji untuk perhitungan dan dikaitkan dengan masalah yang akan diteliti agar menghasilkan suatu kesimpulan. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen shopee masyarakat di Surabaya.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Dengan banyaknya jumlah populasi serta besarnya angka sampel yang tidak diketahui oleh peneliti secara pasti, dikarenakan ada ketidakpastian maka jumlah sampel Arikunto (2010:45) menyatakan bahwa *formula lemeshow* dapat dirumuskan dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Standar normal (1,976)

P = Estimasi proporsi populasi (0,5)

d = Interval / penyimpangan (0,10)

q = 1-p

Jadi besaran sampel yang dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,972)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2} = 97,5 \text{ dibulatkan menjadi } 100.$$

Maka jumlah sampelnya sebanyak 100 responden. Teknik dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *non probability sampling* dalam bentuk *accidental sampling*. teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk menjadi anggota sampel.

### **Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

#### **Harga (H)**

Harga adalah suatu nilai yang ditentukan oleh perusahaan untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkan oleh pelanggan. Untuk mengukur variabel harga pada penelitian ini, maka peneliti mengacu pada pendapat kotler dan Amstrong (2018:278) yaitu: (a) keterjangkauan harga, (b) kesesuaian harga, dengan produk, (c) daya saing harga, (d) kesesuaian harga dengan manfaat.

### **Ulasan Produk (UP)**

Ulasan produk adalah fitur yang digunakan oleh konsumen untuk mendeskripsikan opini dari penilaian barang atau jasa yang sudah mereka miliki sebelumnya secara online melalui e-commerce Shopee. Untuk mengukur variabel ulasan produk ini peneliti menggunakan dimensi Collins (2018) yaitu : (a) Kesadaran, (b) Frekuensi, (c) Perbandingan, (d) Pengaruh

### **Metode Pembayaran (MP)**

Metode pembayaran suatu sistem yang digunakan untuk melakukan sebuah transaksi pembelian pada suatu e-commerce dalam metode pembayaran akan memudahkan para konsumen untuk melakukan transaksi jual - beli. Sistem pembayaran secara online untuk memindahkan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang akan timbul pada suatu kegiatan ekonomi. Untuk mengukur variabel metode pembayaran ini peneliti akan menggunakan dimensi Yaitu: (a) Kemudahan, (b) Efektif, (c) Meminimalisir penipuan

### **Uji Instrumen Data**

#### **Uji Validitas**

Uji validitas menurut Ghozali (2018:51) digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Dalam hal ini koefisien korelasi yang nilai signifikannya lebih kecil dari 5% (*level of significance*) menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan sudah sesuai sebagai pembentuk indikator. Dasar analisis yang digunakan untuk melakukan pengujian validitas yaitu, jika  $\text{sig} < (\alpha) 0,05$  maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika  $\text{sig} > (\alpha) 0,05$  maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

### **Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas sebagai mengukur kuesioner. Menurut Ghozali (2016:47) Kuesioner dianggap andal atau dapat dipercaya jika respons individu terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas diukur dengan menggunakan metode uji statistik Cronbach alpha dengan pengambilan keputusan yaitu *Cronbach alpha* lebih dari  $> 0,70$  maka dikatakan reliabel, *Cronbach alpha* kurang dari  $< 0,70$  maka tidak dapat dikatakan reliabel.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data subjek. Data subjek yaitu jenis data yang berupa opini, sikap, pengalaman, karakteristik dan seseorang atau sekelompok orang. Data yang akan digunakan peneliti yaitu data primer, Data primer yang didapatkan oleh peneliti diperoleh dari penyebaran kuesioner. Data primer adalah data yang dihasilkan dari pengujian tanggapan yang diperoleh dari hasil kuesioner konsumen yang pernah melakukan transaksi di *market place* aplikasi Shopee.

### **Teknik Analisis Data**

#### **Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau gambaran tentang data dalam hal mean (rata-rata), standar deviasi, maksimum dan minimum. Tujuan statistik deskriptif adalah untuk memberikan gambaran tentang distribusi dan perilaku data sampel (Ghozali, 2016:19).

### Analisis Statistik Inferensial

Analisis statistik inferensial metode analisis digunakan untuk menarik kesimpulan dan menggeneralisasi populasi ketika menarik kesimpulan berdasarkan sampling populasi. Statistik inferensial yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah regresi berganda dan uji hipotesis klasik, uji kelayakan model dan uji hipotesis.

### Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen (Y) dan independen (X). berikut persamaan regresi linier berganda yang digunakan:

$$KP = \alpha + \beta_1SQ + \beta_2CS + \beta_3BI + e$$

Keterangan:

KP = keputusan pembelian

$\alpha$  = konstanta

$\beta_1$  = koefisiensi regresi 1 (harga)

$\beta_2$  = koefisiensi regresi 2 (ulasan produk)

$\beta_3$  = koefisiensi 3 (metode pembayaran)

e = Error term (Nilai variabel lain yg tdk dimasukkan dalam persamaan)

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Untuk memperkirakan sebaran data dalam sekumpulan data atau variabel, terlepas dari apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas berguna untuk menentukan apakah data yang terkumpul berdistribusi normal atau berasal dari populasi normal. Pada metode ini dapat diuji dengan menggunakan metode kolmogorov smirnov atau dengan pendekatan grafik. Metode *kolmogorov smirnov* Menurut Santoso (2014:393) dasar pengambilan keputusan yaitu: (a) Apabila probabilitas > 0,05 maka berarti data tersebut berdistribusi normal, (b) Apabila probabilitas < 0,005 maka berarti data tersebut tidak berdistribusi normal. Sedangkan pendekatan grafik Plot normal *p-p Regenerasi Plot normal*, artinya sebaran data survei menurut Santoso harus mengikuti diagonal antara 0 dan perpotongan sumbu x dan y, jika data tersebar disekitar diagonal dan mengikuti arah garis diagonal . berarti regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### Uji Multikolinearitas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas(independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. untuk mengetahui ada atau tidak adanya data uji multikolonieritas dalam model regresi *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance (TOL)* tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolonieritas  $VIF = 1/Tolerance$ , jika  $VIF = 10$  maka  $tolerance = 1/10 = 0,1$  (Ghozali, 2018:107).

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut ghozali (2016:134) uji ini digunakan untuk menguji apakah model regresi sedangkan terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan yang lainnya. Apabila varian dan residu ini satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya maka dapat disebut dengan homokedastisitas.

### **Uji Kelayakan Model**

#### **Uji F**

Uji F bertujuan menguji apakah semua variabel yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Model yang dihasilkan sebesar 5% kriteria yang akan digunakan yaitu: (1) Apabila nilai Sig F > 0,05 maka model yang akan digunakan pada penelitian ini tidak layak untuk digunakan analisisnya, (2) Apabila nilai sig F < 0,05 maka model yang akan digunakan pada penelitian ini layak untuk digunakan.

#### **Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh pada variabel bebas (independent) yaitu harga, ulasan produk dan metode pembayaran terhadap variabel terikat (dependen) yaitu keputusan pembelian. Apabila R<sup>2</sup> akan mendekati 1 (semakin besar nilai R<sup>2</sup>) maka akan menunjukkan jika kontribusi variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependen) pada penelitian ini layak dan dapat untuk digunakan, Apabila R<sup>2</sup> akan mendekati 0 (semakin kecil nilai R<sup>2</sup>) maka akan menunjukkan jika kontribusi variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependen) pada penelitian ini maka tidak layak dan tidak dapat digunakan.

### **Pengujian Hipotesis**

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh semua variabel bebas secara parsial terhadap parsial terikat. Uji t dengan menentukan signifikansi kepercayaan ( $\alpha$ ) sebesar 0,05 (5%), maka kriteria untuk menentukan hipotesis diterima atau ditolak adalah sebagai berikut: Hipotesis, H<sub>0</sub>:  $b_1, b_2, b_3 = 0$  yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. H<sub>1</sub>:  $b_1, b_2, b_3 \neq 0$  yang artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel dependen terhadap variabel independen. Pada uji t nilai probabilitas dilihat pada hasil pengolahan dari program SPSS. Pengambilan keputusan uji hipotesis secara parsial didasarkan pada nilai probabilitas yang didapatkan dari hasil pengolahan data melalui program SPSS statistik parametrik sebagai berikut: jika signifikansi > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima, sedangkan jika signifikansi < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak.

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Analisis Data**

#### **Uji Validitas**

Berikut merupakan tabel yang menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari 4 variabel yaitu harga, ulasan produk, metode pembayaran dan keputusan pembelian terhadap 100 responden konsumen yang telah melakukan transaksi pada *market place* aplikasi Shopee:



**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Harga	H <sub>1</sub>	0,801	0,000	Valid
	H <sub>2</sub>	0,816	0,000	Valid
	H <sub>3</sub>	0,708	0,000	Valid
	H <sub>4</sub>	0,790	0,000	Valid
Ulasan Produk	UP <sub>1</sub>	0,743	0,000	Valid
	UP <sub>2</sub>	0,770	0,000	Valid
	UP <sub>3</sub>	0,743	0,000	Valid
	UP <sub>4</sub>	0,798	0,000	Valid
Metode Pembayaran	MP <sub>1</sub>	0,839	0,000	Valid
	MP <sub>2</sub>	0,819	0,000	Valid
	MP <sub>3</sub>	0,789	0,000	Valid
Keputusan Pembelian	KP <sub>1</sub>	0,781	0,000	Valid
	KP <sub>2</sub>	0,752	0,000	Valid
	KP <sub>3</sub>	0,729	0,000	Valid
	KP <sub>4</sub>	0,781	0,000	Valid

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 1 pernyataan mulai dari Variabel Harga (H), Ulasan Produk (UP), Metode Pembayaran (MP) dan Keputusan Pembelian (KP) dinyatakan valid, hal ini dikarenakan nilai signifikan <0,05 ( $\alpha=5\%$ ) semua menghasilkan r hitung yang lebih > dari r tabel maka dapat dikatakan bahwa seluruh pernyataan dapat dikatakan Valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini diukur dengan menggunakan uji statistik metode *Cronchbach Alpha* lebih dari 0,70. Berikut adalah tabel yang disajikan pada tabel 2:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronchbach Alpha	Koefisiensi Alpha	Keterangan
Harga (H)	0,809	0,70	Reliabel
Ulasan Produk (UP)	0,802	0,70	Reliabel
Metode Pembayaran (MP)	0,831	0,70	Reliabel
Keputusan Pembelian (KP)	0,801	0,70	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai Cronch Bach Alpha > 0,70 variabel Harga, Ulasan Produk, Metode Pembayaran dan Keputusan Pembelian dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

### Hasil Analisis Statistik Inferensial

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara variabel harga, ulasan produk dan metode pembayaran terhadap keputusan pembelian pada *market place* aplikasi shopee. Berikut merupakan hasil analisis regresi linier berganda yang telah diolah menggunakan SPSS 29.

**Tabel 3**

Model	Hasil Regresi Linier Berganda		Standardized Coefficients
	Unstandarized Coefficients		
	B	Std. Error	
1 (Constant)	2.175	1.570	
H	,334	.076	.378
UP	,646	.270	.524
MP	,585	.128	.414

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 3 ditentukan persamaan regresi linier berganda seperti berikut:

$$KP = 2.175 + 0,334 H + 0,646 UP + 0,585 MP$$

hasil dari nilai diatas dengan metode persamaan regresi linier berganda maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 2.175. pada variabel Harga, Ulasan produk dan metode pembayaran nilainya sama dengan = 0.
- Koefisiensi Regresi Variabel Harga (H)  
Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,334 yang memiliki nilai tanda positif. Tanda positif akan memperlihatkan variabel harga memiliki hubungan searah dengan keputusan pembelian. Hal ini akan tmperlihatkan bahwa harga yang semakin baik akan meningkatkan keputusan pembelian.
- Koefisiensi Regresi Variabel Ulasan Produk (UP)  
Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,646 yang memiliki nilai tanda positif. Tanda positif akan memperlihatkan variabel ulasan produk memiliki hubungan searah dengan keputusan pembelian. Hal ini akan memperlihatkan bahwa ulasan produk yang semakin baik akan meningkatkan keputusan pembelian.
- Koefisiensi Regresi Variabel Metode Pembayaran (MP)  
Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,585 yang memiliki nilai tanda positif. Tanda positif akan memperlihatkan variabel metode pembayaran memiliki hubungan searah dengan keputusan pembelian. Hal ini akan tmperlihatkan bahwa metode pembayaran yang semakin baik akan meningkatkan keputusan pembelian.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

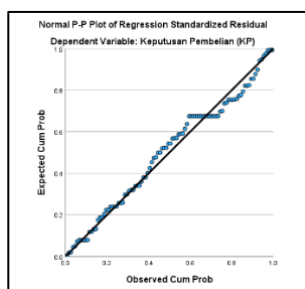
**Tabel 4**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual	
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	6E-07
	Std. Deviation	1.40345421
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.070
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2tailed) <sup>c</sup>		0,60

Sumber : data Primer, 2023

Berdasarkan pada tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai Aysmp. Sig. (2-tailed) memiliki nilai yang lebih besar  $> 0,05$  yaitu sebesar  $0,60 > 0,05$ . Maka dari hasil tersebut telah sesuai dengan

ketentuan yang telah ditetapkan. Dan dapat diambil kesimpulan bahwa data tersebut telah terdistribusi normal dan dapat digunakan sebagai penelitian.



**Gambar 2**  
**Hasil Uji Normalitas Dengan menggunakan Garis P-Plot**  
**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan gambar 2 diatas sebaran data pada titik disekitaran sumbu diagonal dan mengikuti arah garis pada garis diagonal, maka dapat menandakan model regresi linier berganda tersebut dapat memenuhi asusi normalitas. Maka dapat disimpulkan data dalam penelitian ini mengunkana pendekatan grafik distribusi normal.

**Uji Multikolinearitas**

Berikut ini adalah hasil dari pengujian uji multikolinearitas yang telah dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

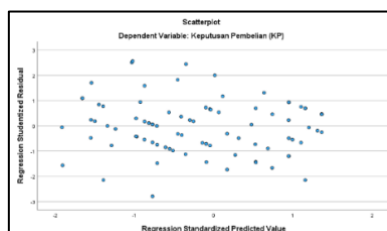
**Tabel 5**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

	Variabel Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolarance	ViF	
H	.603	1.659	Bebas Multikolinearitas
UP	.738	1.354	Bebas Multikolinearitas
MP	.545	1.835	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 5 Uji Multikolinearitas diatas terlihat bahwa nilai tolerance pada masing- masing variabel lebih besar dari pada 0,10 dan *Variance Inflation factor* (VIF ) maka dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa dalam suatu persamaan regresi tidak ditemukannya adanya multikolinearitas atau suatu korelasi antar variabel bebas tersebut dapat digunakan dalam sebuah penelitian.

**Uji Heteroskedastisitas**



**Gambar 3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot**  
**Sumber: data primer diolah, 2023**

Berdasarkan hasil uji heterokedasitas Gambar 3 dengan grafik Scatterplot dapat dilihat titik titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas dan tersebar secara acak atas bawah dbawah angka 0 pada sumbu Y.

## Hasil Uji Kelayakan Model

### Uji F

Uji F pada penelitian ini digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Berikut dibawah ini merupakan hasil dari uji F:

**Tabel 6**  
Hasil Uji F  
Anova

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	256.441	3	85.480	42.083	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	194.999	96	2.031		
	Total	451.440	99			

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan dari hasil Uji F pada tabel 6 diatas terlihat bahwa hasil signifikan uji F =  $0,001 < 0,05$ . Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda ini layak untuk digunakan, dan variabel independen yang meliputi Harga, Ulasan Produk dan Metode Pembayaran dan memiliki pengaruh pada variabel dependen keputusan pembelian.

### Uji Koefisiensi Detreminasi (R<sup>2</sup>)

Berikut adalah hasil dari uji koefisiensi determinasi:

**Tabel 7**  
Hasil Uji Koefisiensi Determinasi  
Model summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 <sup>a</sup>	.568	.555	1.425

a. Predictors: (Constant), Metode Pembayaran, Ulasan Produk, Harga

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji koefisiensi determinasi pada tabel 7 maka diperoleh nilai *adjusted R-Square* sebesar 0,568 (56,8%). Hal tersebut memiliki arti bahwa kemampuan variabel independen dalam penelitian ini mempengaruhi variabel dependen sebesar 56,8%, sedangkan sisanya sebesar 44,2% (1-0,568) dijelaskan oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian.

### Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

**Tabel 8**  
Hasil Uji T

Model	T	Sig.	( $\alpha$ )	Keterangan
H	4.374	<.001	0,05	Signifikan
UP	2.338	.022	0,05	Signifikan
MP	4.561	<.001	0,05	Signifikan

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan dari hasil uji T tabel 8 pengujian hipotesis, maka hasilnya dijelaskan dibawah ini:

1) Uji t Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 8 maka diperoleh hasil dengan tingkat signifikansi Harga sebesar  $<.001 < \alpha = 0,05$  dan nilai koefisien positif. Maka H1 diterima dan H0 ditolak. Yang artinya menunjukkan bahwa pada variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *E-Commerce* Aplikasi Shopee.

2) Uji t Pengaruh Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 8 maka diperoleh hasil dengan tingkat signifikansi Harga sebesar  $0,022 < \alpha = 0,05$  dan nilai koefisien positif. Maka H2 diterima dan H0 ditolak. Yang artinya menunjukkan bahwa pada variabel Ulasan Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *E-Commerce* Aplikasi Shopee.

3) Uji t Pengaruh Metode Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil uji t pada tabel 8 maka diperoleh hasil dengan tingkat signifikansi Harga sebesar  $<.001 < \alpha = 0,05$  dan nilai koefisien positif. Maka H3 diterima dan H0 ditolak. Yang artinya menunjukkan bahwa pada variabel Metode Pembayaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *E-Commerce* Aplikasi Shopee.

## Pembahasan

### Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan output pada software SPSS yang diperoleh pada tabel 8 memperlihatkan hasil bahwa analisis uji hipotesis penelitian diterima yang artinya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Harga yang optimal bagi konsumen agar terus bersaing dengan *market place* lainnya. Karena dengan optimalnya suatu harga merupakan suatu kunci terpenting yang dapat mempertahankan pelanggan untuk datang kembali. Kotler dan Keller (2009:471) Harga merupakan peran terpenting terhadap suatu perekonomian secara makro, konsumen dan perusahaan. Harga ialah nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau komoditas lainnya dalam kaitannya dengan suatu nominal untuk mendapatkan barang atau jasa. Pada hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudjatmika (2017) dan Noviana *et al* (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun pada hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susi (2019) dan Sari (2022) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menyatakan bahwa Harga yang optimal dan kesesuaian dengan produk yang dibutuhkan akan mempengaruhi suatu keputusan pembelian.

### Ulasan Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan output pada software SPSS yang diperoleh pada tabel 8 memperlihatkan hasil bahwa analisis uji hipotesis penelitian diterima yang artinya variabel ulasan Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ulasan produk pada *E-commerce* Shopee sangat baik maka akan meningkatkan suatu keputusan pembelian. Ulasan produk yang baik akan menjadi salah satu hal terpenting para calon konsumen untuk melihat bahwa barang yang akan mereka beli sesuai dengan yang mereka inginkan. Schuf dalam iduozee (2015:8) ulasan produk sebagai salah satu cara untuk mencari suatu informasi produk dengan cara yang sederhana dan juga sebagai salah satu rekomendasi dari para konsumen online yang telah melakukan pembelian sebelumnya. Pada hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulyana *et al* (2021) dan Ika *et al* (2022) menyatakan bahwa ulasan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun pada hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2022) dan Vania (2017) yang menyatakan bahwa ulasan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menyatakan bahwa ulasan produk yang diberikan positif oleh para konsumen terhadap suatu produk, hal tersebut dapat membuat calon konsumen akan semakin yakin terhadap produk yang telah diulas dan akan mempengaruhi keputusan pembelian.

### **Metode Pembayaran Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil perhitungan output pada software SPSS yang diperoleh pada tabel 8 memperlihatkan hasil bahwa analisis uji hipotesis penelitian diterima yang artinya variabel ulasan Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pembayaran yang mudah dan praktis sangat digemari masyarakat karena cepat untuk melakukan proses transaksi pada masa *millennial* ini. dengan kemudahan pembayaran akan meningkatkan penjualan pada E-Commerce Shopee. Karena pada transaksi ini sangat dianggap mudah, aman dan dapat dipercaya serta dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. pendapat E Pram (2016) bahwa metode pembayaran yaitu fasilitas yang terhubung dengan koneksi internet sebagai saran perantara. Jadi metode pembayaran sangat memudahkan dan membantu masyarakat untuk melakukan pembayaran dengan segala jenis transaksi dan dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Pada hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2021) menyatakan bahwa Metode Pembayaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun pada hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rifky (2020) yang menyatakan bahwa Metode Pembayaran tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menyatakan bahwa Metode Pembayaran yang mudah dan praktis dilakukan oleh masyarakat dalam melakukan transaksi pembelian pada E-Commerce Shopee akan meningkatkan penjualan dan akan mempengaruhi keputusan pembelian.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan peneliti mengenai pengaruh Harga, Ulasan produk Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap E-Commerce Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Surabaya), dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian pada E-commerce Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa E-Commerce Shopee telah mengoptimalkan Harga yang baik untuk para konsumennya. Melalui Terjangkaunya harga, sesuai harga dengan produk yang di dapat, harga yang bersaing dengan *Market place* lain dan harga sesuai dengan manfaat yang dibutuhkan, (2) Ulasan Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa E-Commerce Shopee Telah memberikan fitur ulasan produk sebagai sumber informasi yang memberi manfaat bagi setiap konsumen untuk memastikan bahwa barang yang akan dibeli sesuai dengan yang diinginkan calon konsumennya. Melalui sumber informasi sebelum melakukan pembelian, (3) Metode pembayaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa metode pembayaran sebagai saran transaksi online yang dilakukan oleh para konsumen untuk mendapatkan barang yang di butuhkan. Melalui pembayarn yang mudah dilakukan, praktis waktu yang dibutuhkan dan dapat terhindar dari penipuan.

### **Keterbatasan**

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat dikembangkan dalam penelitian yang akan datang. Keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut: (1) Faktor yang mempengaruhi keputusan Pembelian pada *Market Place* Shopee terdapat tiga variabel yaitu, Harga, Ulasan Produk dan Metode Pembayaran, (2) Penelitian ini mengambil responden dari konsumen yang pernah melakukan transaksi pada market place shopee minimal sebanyak > 3x pada *market place* shopee.

### **Saran**

Saran yang bisa diberikan antara lain untuk meningkatkan keputusan pembelian adalah: (1) Bagi PT Shopee Indonesia Agar terus menjadi E-Commerce yang terbaik dikalangan masyarakat terus menjaga dan mengoptimalkan harga dan daya saing dengan E-Commerce lainnya terus meningkatkan keamanan serta kemudahan dalam melakukan transaksi pada E-commerce, (2) Bagi PT Shopee Terus mempertahankan program gratis ongkir kepada konsumen agar terdapat niat beli konsumen ulang terjadi kembali dan meningkatkan penjualan pada E-Commerce Shopee. Sebaiknya Shopee tidak menaikkan biaya layanan yang sangat tinggi karena itu membebankan untuk konsumennya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchari, A. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Collins, J. 2018. *Good to Great*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21*. Edisi 8. Cetakan VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Edisi 9, Semarang: Badan penerbit UniversitasDiponegorpo.
- Handayani. 2021. pengaruh metode pembayaran dan mudahnya transaksi terhadap keputusan pembelian dizalora online shopping. *manajemen pemasaran*, 45-60.
- Keller, Kotler. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 2: Jakarta. Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 3: Jakarta. Erlangga.
- Mulyana, S. 2021. Pengaruh harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online pada shopee di pekanbaru. *Jurnal ilmu manajemen pemasaran*, s15-25.
- Noviana, Ika; Samari; Sardanto, Rino. 2022. analisis harga online cunsumer review dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di aplikaksi shopee. *Jurnal ilmu manajemen bisnis*, 10-15.
- Pohan, C.A. 2011. *Manjemen strategi dan perencanaan bisnis*. Edisi 6. Cetakan Pepustakaan Pusat Polinema. Gramedia
- Pratiwi, A. 2019. pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen : studi kasus 212 Mart Cikaret. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 150.
- Saipul, r. No.2 Tahun 2022. faktor-faktor yang mempengaruhi pembayaran pada e-commerce. *jurnal ilmu keuangan dan perbankan*, 138-154.
- Sari, P. 2022. pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada butik online shopping di kota Kaimana Papua Barat. *jurnal ilmu ekonomi dan bisnis*, 22.
- Sudjtmika, F. V. 2017. Pengaruh Harga Ulasan produk Kemudahan dan Keamanan Terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia.com. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10-15.
- Sugiyono. 2016. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Susi, A. 2022. pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada butik online shopping di kota Kaimana Papua Barat. *jurnal ilmu ekonomi dan bisnis*, 22
- Tjiptono, F. 2012. *services marketing ,Marketing management , Manajemen Pemasaran Jasa*. jakarta: Bayumedia Publishing 2013.
- Tussafinah, H. 2018. pengaruh rating dan ulasan produk , jaminan 100% pengembalian layanan COD atau bayar ditempat terhadap keputusan pembelian lazada. *jurnal ekonomi dan bisnis*, 45.
- Vania, F. S. 2017 Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*. 15-18.