

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi E-Commerce dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Tiktokshop

Rara Pandora¹, Afrianton², Irfan Widyanto³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Graha Karya Muara Bulian Jambi
Jl. Gajah Mada Muara Bulian, Telp. (0741) 23022
E-Mail : rarapandora61@gmail.com

Abstract

This research is to explain the influence of Ease of Use and Price on Product Purchasing Decisions in the Tiktok Shop Application. Case Study of Management Students at Graha Karya Muara Bulian University. With quantitative descriptive research using multiple linear regression analysis tools. The variables studied were Ease of Use (X1) and Price (X2) as independent variables and Purchase Decision (Y) as the dependent variable, carried out using the t test, F test and Determination Efficiency (R²). The results of hypothesis testing for the Ease of Use variable (X1) show that the value of Tcount (10.081) < Ttable (1.985). The results of hypothesis testing on the variable Price (X2) show that the value of Tcount (5.187) > Ttable (1.985), from partial test results it is found that Ease of Use (X1) and Price (X2) have an influence on Purchasing Decisions (Y). Simultaneous variable testing shows that the value of Fcount > Ftable or 209.179 > 3.09, so that Ease of Use (X1) and Price (X2) simultaneously influence Purchasing Decisions (Y). The Adjusted R Square value is 0.816 for Y or 81.6% and the other 18.4% is influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: Ease of Use, Price, Purchase Decision.

Abstrak

Penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh dari Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Aplikasi Tiktok Shop Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Graha Karya Muara Bulian. Dengan penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Variabel yang diteliti adalah Kemudahan Penggunaan (X₁) dan Harga (X₂) sebagai variabel independen dan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependen, dilakukan dengan Uji t, Uji F dan Keefisien Determinasi (R²). Hasil pengujian hipotesis atas variabel Kemudahan Penggunaan (X₁) bahwa nilai T_{hitung} (10,081) < T_{tabel} (1,985). Hasil pengujian hipotesis atas variabel Harga (X₂) bahwa nilai T_{hitung} (5,187) > T_{tabel} (1,985), dari hasil pengujian secara parsial didapatkan Kemudahan Penggunaan (X₁) dan Harga (X₂) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Uji variabel secara simultan menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} > F_{tabel} atau sebesar 209,179 > 3,09, sehingga Kemudahan Penggunaan (X₁) dan Harga (X₂) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,816 terhadap Y atau sebesar 81,6% dan 18,4% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

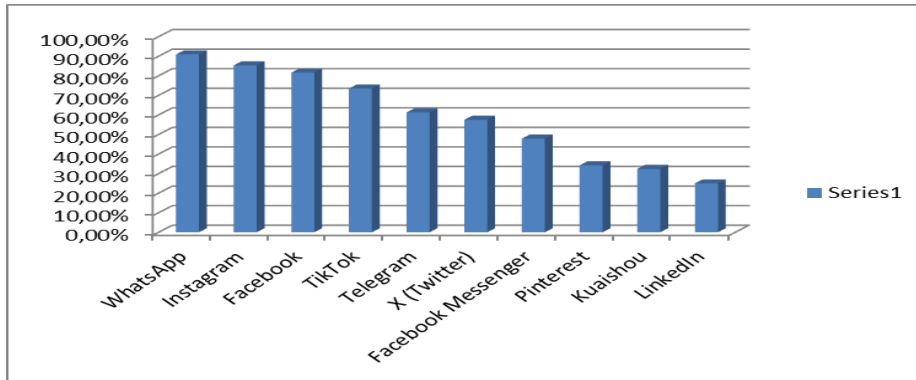
Kata kunci : Kemudahan Penggunaan, Harga, Keputusan Pembelian

1. Pendahuluan

Manusia mempunyai kebutuhan yang banyak, dahulu menggunakan sistem barter untuk memenuhi kebutuhan. Seiring perkembangan zaman, gaya hidup digital meningkat dengan penggunaan gadget dan internet. Masyarakat Indonesia mudah mengakses internet dan siap menghadapi dunia digital. Kemajuan teknologi informasi mengharuskan masyarakat beradaptasi, terutama dalam penggunaan media sosial. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan memberikan informasi. Media sosial juga memberikan dampak yang signifikan, bisa digunakan sebagai sumber penghasilan melalui promosi barang atau jasa.

Adapun aplikasi yang banyak diminati oleh masyarakat dalam menggunakan aplikasi sosial media sebagaimana dalam grafik di bawah ini





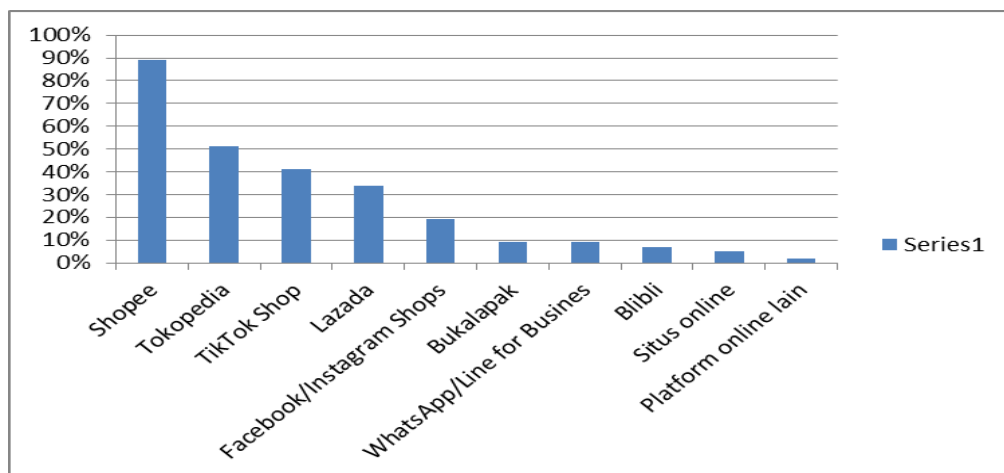
Sumber : Databooks

Gambar 1 Data Pengguna Media Sosial Di Indonesia

Berdasarkan gambar 1 data pengguna media sosial di Indonesia, pengguna media sosial yang tertinggi terdapat pada aplikasi whatsapp dengan pengguna yang mencapai presentase sebesar 90,9 % dan pengguna media sosial yang paling sedikit adalah pengguna aplikasi linkedin sebanyak 25% saja.

Kemudahan akses internet dan media sosial memberikan dampak positif di Indonesia, salah satunya adalah percepatan dunia usaha. Jaringan internet memiliki ruang tak terbatas yang bisa dimanfaatkan untuk membuka peluang usaha. Pengusaha dan produsen dapat memanfaatkan internet untuk menjalankan bisnis online, sedangkan konsumen bisa mudah mengakses informasi dan berbelanja online melalui marketplace seperti Shopee, Bukalapak, Blibli, Lazada, dan Tokopedia. Marketplace ini menjembatani penjual dan pembeli dalam bertransaksi secara online, mengubah pola pikir masyarakat untuk lebih efisien dalam berbelanja.

Salah satu marketplace yang populer di Indonesia adalah Tiktok Shop Tiktok Shop merupakan e-commerce yang melayani jual beli online yang berbasis aplikasi mobile Tiktok Shop merupakan mobile-platfromn di Indonesia yang memberikan penawaran menarik, mulai dari harga yang paling rendah hingga paling tinggi, gratis ongkir keseluruh Indonesia dan lainnya.



Sumber : Databooks

Gambar 1 Aplikasi E-Commers Yang Sering Digunakan

Berdasarkan gambar 1 data pengguna e-commers di Indonesia, penggunaan aplikasi e-commers yang tertinggi terdapat pada aplikasi shopee dengan pengguna yang mencapai presentase sebesar 89 %, sedangkan aplikasi tiktok hanya di posisi ke 3 namun walaupun tiktok berada di posisi ke 3, aplikasi tiktok tetap layak untuk di gunakan sebagai penelitian tiktok menarik untuk diteliti karena Tiktok di Indonesia berada di peringkat ke 3 situs jual beli online dan pengguna aplikasi e-commers yang paling sedikit adalah pengguna platform aplikasi lain sebanyak 2% saja.

Sekarang pengguna bisa belanja online dengan Tiktok Shop, fitur baru TikTok. Fitur ini memudahkan penjual dan pembeli dengan transaksi langsung di aplikasi TikTok, tanpa perlu situs web atau aplikasi lain. Fitur ini membedakan dari social commerce lain karena tidak membutuhkan pihak ketiga dalam transaksi. Kemudahan penggunaan merupakan faktor utama dalam keputusan pembelian. (Laloan et al., 2023) Di Tiktok Shop, pengguna bisa belanja langsung dari katalog



produk, obrolan dengan penjual, hingga pembayaran. TikTok Shop juga memiliki fitur Shopping Center untuk produk lebih banyak dan bantuan pengelolaan pesanan bagi penjual. Konsumen akan membandingkan harga dan kualitas barang sebelum memutuskan pembelian. Harga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas barang. TikTok Shop menawarkan harga terjangkau dan kemudahan penggunaan aplikasi. Kemudian, keputusan pembelian adalah tindakan memilih alternatif terbaik dari beberapa pilihan. Meskipun aplikasi TikTok Shop mudah digunakan, masih ada keluhan tentang sistem pembayaran dan pengiriman yang kurang lengkap. Beberapa konsumen meragukan harga dan kualitas barang di TikTok Shop. Variabel independen yang mempengaruhi keputusan pembelian di TikTok Shop meliputi kemudahan penggunaan, kepercayaan, persepsi harga, kualitas informasi, dan promosi. Penelitian tertentu tertarik pada pengaruh kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop.

2. Metode Penelitian

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif berdasarkan positivisme, untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan alat penelitian, dan menganalisis data numerik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Metode ini melibatkan pengumpulan data dari kuesioner kepada sampel yang dituju, kemudian dianalisis dengan metode perhitungan dan statistika.

2.2 Jenis dan Sumber Data

Data penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif (Sugiyono, 2021) tidak berupa angka, melainkan hasil wawancara dan informasi dari pihak terkait. Sementara data kuantitatif berbentuk angka dan didapatkan melalui kuesioner terkait dengan masalah yang diteliti. Sumber data penelitian meliputi data primer (sugiyono,2021) yang diperoleh langsung melalui kuesioner online, dan data sekunder (sugiyono,2021) yang berasal dari jurnal dan penelitian sebelumnya.

2.3 Metode pengumpulan Data

Metode pengumpulan data (sugiyono,2021) berhubungan dengan cara-cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Ada dua metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Pertama, Penelitian Keperpustakaan, (sugiyono,2021) yang dilakukan melalui studi teori dengan menggunakan referensi yang berkaitan dengan nilai, budaya, dan norma dalam situasi sosial yang diteliti. Penelitian ini mengandalkan literatur berupa buku atau dokumen yang dibaca, dicatat, dan dianalisis. Kedua, Penelitian Lapangan, yang melibatkan observasi dan penggunaan angket. Observasi digunakan untuk mengamati dan mencatat data secara sistematis, sementara angket (sugiyono,2021) berupa kuesioner disebar kepada responden untuk diisi secara online melalui google form. Hasil jawaban dari kuesioner diukur menggunakan skala likert (Muhyiddin, 2019) yang menentukan penilaian berdasarkan rentang nilai. Rentang skala likert ini digunakan sebagai dasar interpretasi penilaian rata-rata untuk setiap indikator pada variabel penelitian. Berbagai tabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai-nilai penilaian untuk variabel kemudahan penggunaan, harga, dan keputusan pembelian.

2.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari.(Sugiyono, 2021) Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksudkan adalah semua mahasiswa program studi manajemen Universitas Graha Karya tahun akademik 2024 yang berjumlah 380 orang. Berdasarkan data, jumlah populasi yang akan diteliti adalah 380 mahasiswa. Sampel (Sugiyono, 2021) adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, yang setiap subjek dalam populasi diupayakan memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus sampel Arikunto, jumlah sampel yang diteliti adalah 95 responden.

2.5 Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah semua data dari responden terkumpul. Data dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden, disusun berdasarkan variabel, disajikan, dihitung untuk



menjawab masalah, dan menguji hipotesis (Octaviani & Sutriani, 2019) dengan menggunakan metode analisis data kuantitatif dan SPSS 20.

3. Hasil Penelitian

3.1 Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan aplikasi SPSS versi 20 uji ini di lakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang di gunakan mampu mengungkapkan apa yang ingin di ukur oleh kuesioner tersebut, sebuah instrument di katakan valid apabila pengukuran mampu mengukur datadari variabel yang di ukur secara tepat. Pada uji validitas di ukur dengan membandingkan antara r_{hitung} dan r_{tabel} jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid, dalam penelitian ini r_{tabel} mempunyai nilai 0.2017 maka hasil analisisnya sebagai berikut :

Tabel 1 Uji Validitas

No	Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Kemudahan Penggunaan Aplikasi E-Commers (X1)	X1.1	0,784	0,2017	VALID
		X1.2	0,725	0,2017	VALID
		X1.3	0,533	0,2017	VALID
		X1.4	0,559	0,2017	VALID
2.	Harga (X2)	X2.1	0,589	0,2017	VALID
		X2.2	0,812	0,2017	VALID
		X2.3	0,497	0,2017	VALID
		X2.4	0,630	0,2017	VALID
3	Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,691	0,2017	VALID
		Y1.2	0,611	0,2017	VALID
		Y1.3	0,455	0,2017	VALID
		Y1.4	0,695	0,2017	VALID
		Y1.5	0,610	0,2017	VALID

Sumber : data di olah SPSS

Instrumen di katakan valid jika korelasi nilai product moment menunjukkan korelasi yang signifikan antara skor item dengan skor total atau dengan nilai korelasi masing – masing item dengan nilai korelasi tabel (r_{tabel}) jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument di katakan valid tabel di atas menunjukkan bahwa butir pernyataan tiap variabel mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari r_{tabel} (0,2017) sehingga pernyataan – pernyataan yang di ajukan dinyatakan valid dan layak untuk di analisa.

3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas di maksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel dalam melaksanakan uji ini peneliti melakukan perhitungan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 20 adapun reliabilitas untuk masing – masing variabel hasilnya di sajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach'S Alpha	Batas Minimal Cronbach'S Alpha	Keterangan
1	Kemudahan penggunaan aplikasi e-commers (X1)	0,754	0,5	Reliabel
2	harga (X2)	0,744	0,5	Reliabel
3	Keputusan pembelian (Y)	0,740	0,5	Reliabel

Sumber data : di olah SPSS

Suatu variabel di katakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pernyataan atau pertanyaan selalu konsisten jadi hasil koefisien reliabilitas instrument kemudahan penggunaan aplikasi e-commers adalah sebesar 0,754, instrument harga sebesar 0,744, dan instrument Keputusan pembelian sebesar 0,740, ternyata memiliki nilai “Cronbachs alpha” lebih besar dari 0,5 yang berarti ketiga instrument dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.



3.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda digunakan ketika terdapat dua atau lebih variabel independen (X) analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 20.

Tabel 3 Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,806	,898		2,011	,047
kemudahan penggunaan aplikasi e-commers	,734	,073	,640	10,081	,000
harga	,396	,076	,329	5,187	,000

Sumber : data di olah SPSS

Hasil perhitungan regresi linear berganda dengan program SPSS dari tabel koefisien di lihat dari tabel di atas di peroleh persamaan sebagai berikut

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

$$Y = 1,806 + 0,734 X_1 + 0,396 X_2$$

Dari persamaan di atas dapat di jelaskan bahwa nilai a (koefisien) sebesar 1,806, nilai koefisien regresi kepuasan kerja sebesar 0,734, dan nilai koefisien komitmen organisasi sebesar 0,396, persamaan di atas juga dapat diartikan sebagai berikut :

1. $a = 1,806$
Artinya jika nilai kemudahan penggunaan aplikasi e-commers, dan harga sama dengan nol maka Keputusan pembelian sebesar 1,806.
2. $b_1 = 0,734$
Artinya jika kemudahan penggunaan aplikasi e-commers naik satu satuan maka nilai Keputusan pembelian bertambah sebesar 0,734 dengan asumsi harga sama dengan nol.
3. $b_2 = 0,396$
Artinya jika harga naik satu satuan maka Keputusan pembelian bertambah sebesar 0,396 dengan asumsi kemudahan penggunaan aplikasi e-commers sama dengan nol.

3.4 Uji Parsial (Uji T)

Untuk menguji variabel kemudahan penggunaan aplikasi e-commers (X1), dan harga (X2) mempunyai pengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y), maka dalam penelitian ini melihat dalam besarnya masing – masing koefisien regresi dari variabel bebas adapun signifikan dari masing – masing koefisien itu di uji dengan menggunakan uji parsial melalui aplikasi SPSS versi 20 hasil pengolahan seperti berikut ini :

Tabel 4. Uji Parsial (Uji t) Variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi E-Commers, Dan Harga

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,806	,898		2,011	,047
1 kemudahan penggunaan aplikasi e-commers	,734	,073	,640	10,081	,000
Harga	,396	,076	,329	5,187	,000

Sumber : data di olah SPSS

1. Dikarenakan $t_{hitung} (10,081) < t_{tabel} (1,985)$, berdasarkan perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} maka H_1 di terima artinya kemudahan penggunaan aplikasi e-commers (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Dikarenakan $t_{hitung} (5,187) > t_{tabel} (1,985)$, berdasarkan perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} maka H_2 di terima artinya harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).



3.5 Uji Simulatan (Uji F)

Uji F atau uji koefisien regresi secara serentak, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak, dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} dan menggunakan aplikasi SPSS.

Tabel 5. Uji Simultan (Uji f) Variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi E-Commers, Dan Harga

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	343,822	2	171,911	209,179	,000 ^b
Residual	75,609	92	,822		
Total	419,432	94			

Sumber : data di olah SPSS

Untuk menguji tentang adanya pengaruh yang signifikan antara variabel kepuasan kemudahan penggunaan aplikasi e-commers, dan harga secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian produk pada tiktok shop di gunakan analisis uji F dengan cara membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} di peroleh nilai F_{tabel} sebesar 3,09 sedangkan nilai F_{hitung} sebesar 209,179 maka H_3 di terima artinya terbukti bahwa ada pengaruh kemudahan penggunaan aplikasi e-commers, dan harga secara bersama – sama dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3.6 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (*coefficient of determination*) R^2 uji yang dilakukan untuk melihat besarnya hubungan yang ditunjukkan oleh variabel bebas dan diikuti dengan variabel terikat dalam proporsi yang sama. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai Adjusted R square menggunakan aplikasi SPSS versi 20.

Tabel 6. Uji determinasi (R^2) Kemudahan Penggunaan Aplikasi E-Commers, Dan Harga

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,905 ^a	,820	,816	,907

Sumber : data di olah SPSS

Dari hasil koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,816 menunjukkan bahwa kombinasi kemudahan penggunaan aplikasi e-commers, dan harga secara bersama – sama memberikan kontribusi pengaruh sebesar 81,6% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 18,4% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

4. Penutup

Kemudahan Penggunaan Aplikasi E-Commerce Pada Tiktokshop dengan studi kasus mahasiswa prodi manajemen Universitas Graha Karya Tahun Akademik 2024 rata-rata indeks dari 4 pernyataan sebesar 3,96 di kategorikan Mudah. Harga pada tiktokshop dengan studi kasus mahasiswa prodi manajemen Universitas Graha Karya Tahun Akademik 2024 rata-rata indeks dari 5 pernyataan sebesar 3,97 di kategorikan Terjangkau. Keputusan pembelian pada tiktokshop dengan studi kasus mahasiswa prodi manajemen Universitas Graha Karya Tahun Akademik 2024 rata-rata indeks dari 5 pernyataan sebesar 3,96 di kategorikan membuat minat mahasiswa Tertarik untuk membeli. Dari hasil penelitian pengaruh kemudahan penggunaan aplikasi e-commers dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada aplikasi tiktok shop melalui uji T di temukan berpengaruh semua nilai variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) bahwa nilai T_{hitung} (10,081) < T_{tabel} (1,985). nilai variabel Harga (X_2) bahwa nilai T_{hitung} (5,187) > T_{tabel} (1,985), sedangkan melalui uji F dapat di temukan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi e-commers dan harga dapat berpengaruh secara bersama – sama dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada aplikasi tiktok shop dengan nilai F_{hitung} > F_{tabel} atau sebesar 209,179 > 3,09. Determinasi R^2 menunjukkan bahwa kombinasi kemudahan penggunaan aplikasi e-commers, dan harga secara bersama – sama memberikan kontribusi pengaruh sebesar 81,6% terhadap keputusan pembelian.



5. Daftar Pustaka

- Laloan, W., Wenas, R., & Loindong, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat apengguna E-Payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(02), 375–386. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.48312>.
- Sugiyono, S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* Bandung: Alfabeta.
- Muhyidin, A. (2019). Pengembangan Media Komunikasi Kehumasan Berbasis Chatbot ‘Unysa’ Sebagai Layanan Informasi Tentang Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Elektronik Pendidikan Teknik Informatika Volume... Nomor... Tahun*, 2.
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). *Analisis data dan pengecekan keabsahan data*.
- Hermawan, R. 2020. (2020). Pengaruh kompetensi, insentif dan pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan di Lampung. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 1(1), 71–83.
- Hermawan, R. 2021. (2021). *Pengaruh Supervisi Akademik Dan Manajemen Sarana Prasarana Terhadap Mutu Pembelajaran Jarak Jauh (Studi Analisis Kuantitatif Pada Sekolah Dasar Islam Terpadu Salsabila Kota Bekasi)*. Institut PTIQ Jakarta
- Anwar. (2021). Dampak Covid-19 Dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Pasar Saham Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 131–147.
- Mardiana, E., Thamrin, H., & Nuraini, P. (2021). Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 512–520.

