

PENGARUH REVIEW, GRATIS ONGKIR, DAN PEMBAYARAN NON TUNAI (SHOPEEPAY LATER) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE SHOPEE DI KOTA MEDAN

Vincent Genesius Beltham, Marshella Valencia Salim, Tarynie Audriya

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Hukum Universitas Prima Indonesia. Penelitian ini dilatarbelakangi dengan tujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh review, gratis ongkir, dan pembayaran non tunai terhadap keputusan pembelian marketplace shopee di Kota Medan pada mahasiswa fakultas hukum UNPRI. Shopee merupakan marketplace dengan pengunjung tertinggi. Terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, diantaranya adalah review, gratis ongkir dan pembayaran non tunai (Shopeepay Later) yang disediakan oleh Shopee untuk meningkatkan minat pembelian dari konsumen. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif. Jumlah populasi adalah seluruh mahasiswa fakultas hukum di UNPRI dengan sampel sebanyak 97 orang mahasiswa. Teknik sampling yang digunakan yaitu *non probability sampling*. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan review dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.251 > 1.985$), gratis ongkir ($6.822 > 1.985$), dan pembayaran non tunai ($2.213 > 1.985$) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Marketplace Shopee di Kota Medan. Hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan review, gratis ongkir, dan pembayaran non tunai berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Marketplace Shopee di Kota Medan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($47.848 > 3.09$) dan signifikansi 0.000.

Kata Kunci: Review, Gratis Ongkir, Pembayaran Non Tunai, Keputusan Pembelian