

Pengaruh Efektivitas Layanan Shopee Instant, COD, dan Harga produk terhadap keputusan pembelian Produk Fashion di kota Medan

Juliani Phannoto, Kristi Endah Ndilosa Ginting, S.E., M.M., Mella yunita, S.E., M.Si

Universitas Prima Indonesia, Universitas Tjut Nyak Dhien

Corresponding Author : Kristi Endah Ndilosa Ginting, S.E., M.M

Email: kristiendahndilosaginting@unprimdn.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efektivitas layanan Shopee Instant, *Cash On Delivery* (COD), dan harga produk terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di Kota Medan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria tertentu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria inklusi yaitu: (1) pengguna Shopee berusia minimal 18 tahun, (2) pernah melakukan pembelian di Shopee dalam enam bulan terakhir, dan (3) pernah menggunakan fitur Shopee Instant dan/atau metode pembayaran COD. Sedangkan kriteria eksklusi mencakup pengguna yang belum pernah bertransaksi di Shopee atau tidak memiliki pengalaman menggunakan kedua fitur tersebut. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh 385 responden sebagai sampel penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan Software SPSS dengan tahapan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), serta analisis regresi linier berganda untuk menguji hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan Shopee Instant, COD, dan harga produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas layanan, kemudahan sistem pembayaran, dan kebijakan harga yang kompetitif menjadi faktor utama dalam membentuk keputusan pembelian konsumen di platform *e-commerce*.

Kata Kunci: Shopee Instant, *Cash on Delivery*, Harga Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of the effectiveness of Shopee Instant services, Cash On Delivery (COD), and product prices on purchasing decisions for fashion products in Medan City. The study used a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to respondents who met certain criteria. The sampling technique used was purposive sampling, with inclusion criteria, namely: (1) Shopee users aged at least 18 years, (2) have made a purchase on Shopee in the last six months, and (3) have used the Shopee Instant feature and/or COD payment method. While the exclusion criteria include users who have never made a transaction on Shopee or have no experience using both features. Because the population size is not known with certainty, the sample size was determined using the Lemeshow formula with a 5% error rate, resulting in 385 respondents as research samples. Data analysis was carried out using SPSS software with stages of validity and reliability testing, classical assumption tests (normality, multicollinearity, and heteroscedasticity), and multiple linear regression analysis to test the relationship between variables. The research results show that Shopee Instant service, Cash on Delivery (COD), and product price

significantly influence purchasing decisions, both partially and simultaneously. These findings confirm that service quality, ease of payment, and competitive pricing policies are key factors in shaping consumer purchasing decisions on e-commerce platforms.

Keywords: *Shopee Instant, Cash on Delivery, Product Price, Purchase Decision*