



Pengaruh Diskon dan Biaya Ekspedisi terhadap Keputusan Pembelian pada Platform Shopee: Studi pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai

The Influence of Discounts and Shipping Costs on Purchase Decisions on the Shopee Platform: A Study on Civil Servants at the Serdang Bedagai Regent's Office

Anggian Syahputra Saragih^{1*}, Indawati Lestari², Hesti Sabrina³

^{1, 2, 3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Medan, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon dan biaya ekspedisi terhadap keputusan pembelian di platform Shopee pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif kausal dengan populasi 290 responden dan sampel 74 ASN yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee, begitu pula dengan biaya ekspedisi. Secara simultan, kedua variabel ini juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,656 menunjukkan bahwa 65,6% varians keputusan pembelian dijelaskan oleh diskon dan biaya ekspedisi, sementara 34,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi harga dan biaya pengiriman dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: Diskon, Biaya Ekspedisi, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the effect of discounts and shipping costs on purchasing decisions on the Shopee platform for ASN at the Serdang Bedagai Regent's Office. This study uses a causal associative quantitative method with a population of 290 respondents and a sample of 74 ASN selected through purposive sampling techniques. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS. The results of the study indicate that discounts partially have a positive and significant effect on Shopee's purchasing decisions, as well as shipping costs. Simultaneously, these two variables also have a positive and significant effect on purchasing decisions. The coefficient of determination (Adjusted R Square) value of 0.656 indicates that discounts and shipping costs explain 65.6% of the variance in purchasing decisions, while 34.4% is influenced by other factors not studied. These findings emphasize the importance of pricing strategies and shipping costs in influencing consumer purchasing decisions.

Keywords: Discounts, Expedition Fees, Purchasing Decisions

Histori Artikel:

Diterima 25 Januari 2025, Direvisi 15 Maret 2025, Disetujui 17 Maret 2025, Dipublikasi 26 Maret 2025.

***Penulis Korespondensi:**

anggian692@gmail.com

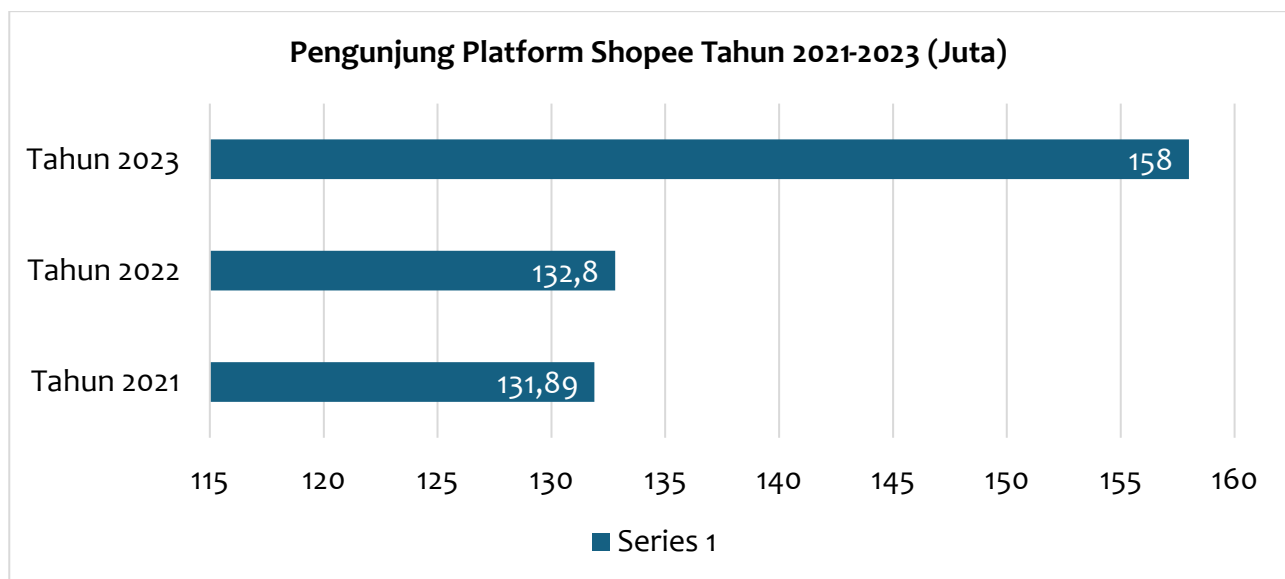
DOI:

<https://doi.org/10.60036/jbm.569>

PENDAHULUAN

Dalam era digital dan kemajuan teknologi, platform e-commerce telah menjadi salah satu kanal utama bagi konsumen untuk melakukan pembelian secara online. Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce yang populer, menawarkan berbagai macam produk dengan beragam penawaran, seperti diskon produk dan berbagai pilihan biaya ekspedisi. Kehadiran diskon dan berbagai biaya pengiriman tersebut memainkan peran penting dalam membentuk preferensi dan keputusan pembelian konsumen.

Di Indonesia terdapat beberapa e-commerce yang sudah cukup banyak digunakan dan populer di kalangan masyarakat atau konsumen, contohnya seperti Platform Shopee yang kini penggunaannya sangat digemari oleh berbagai kalangan. Berdasarkan data yang dipaparkan oleh *databooks*, terlihat bahwa jumlah kunjungan Shopee terus mengalami peningkatan yang signifikan pada periode tahun 2021-2023 yang ditampilkan pada gambar di bawah ini :



Gambar 1. Grafik Jumlah Pengunjung Platform Shopee Periode Tahun 2021-2023 (Juta)
Sumber: Ahdiat (2023)

Berdasarkan grafik yang ditampilkan pada Gambar 1 di atas, terlihat bahwa Shopee terus mengalami perkembangan yang signifikan setiap tahunnya. Hal tersebut tercermin melalui peningkatan volume kunjungannya. Pada tahun 2021, jumlah kunjungan Shopee mencapai 131,89 juta pengunjung. Selanjutnya pada tahun 2022, mengalami peningkatan mencapai 132,8 juta pengunjung. Dan pada tahun 2023, mengalami lonjakan pengunjung yang sangat signifikan yaitu mencapai 158 juta pengunjung.

Dalam konteks ini, konsumen memiliki beragam pertimbangan ketika mereka belanja di platform Shopee. Pertimbangan tersebut mencakup penilaian atas nilai produk setelah diberikan diskon, pengaruh biaya pengiriman terhadap harga keseluruhan, serta faktor-faktor lain seperti ketersediaan produk, kecepatan pengiriman, dan kualitas layanan. Oleh karena itu, penelitian ini ingin menggali lebih dalam tentang pengaruh diskon dan biaya ekspedisi terhadap keputusan pembelian di platform Shopee.

Program diskon merupakan salah satu strategi harga yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mempengaruhi keputusan konsumen dan juga diharapkan dapat memberi dampak positif bagi Perusahaan. Biaya Pengiriman adalah biaya yang terkait dengan pengiriman dikeluarkan saat membeli barang atau jasa untuk pengiriman. Kebanyakan konsumen sering ragu berbelanja online karena adanya beban ongkos kirim yang harus mereka bayar agar barang yang dibeli secara online tersebut bisa sampai ke rumah mereka. Konsumen merasa berat harus membayar

biaya pengiriman yang terkadang jumlahnya bisa lebih besar dibandingkan harga dari barang yang mereka beli (Kusuma & Nurhadi, 2024)

Namun, seiring dengan perkembangan tersebut, muncul beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja di platform Shopee. Salah satu faktor utama adalah kualitas dan variasi produk yang ditawarkan. Konsumen cenderung memilih platform dengan produk berkualitas, sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Selain produk, biaya ekspedisi atau ongkos kirim juga menjadi pertimbangan penting. Konsumen sering kali enggan untuk melakukan pembelian apabila biaya ekspedisi dianggap terlalu tinggi, meskipun harga produk terjangkau.

Setelah melakukan prasurvey dan observasi di Lokasi penelitian yaitu Kantor Bupati Serdang Bedagai, ternyata ditemukan beberapa permasalahan yang menggambarkan kondisi penggunaan Shopee pada ASN di kantor tersebut. Adanya program diskon yang tidak konsisten, seperti adanya diskon hanya pada event *flashsale* tertentu mengakibatkan konsumen bergantung hanya kepada toko yang menawarkan produk dengan diskon saja. Perilaku ketergantungan tersebut berlaku kepada toko mana yang menawarkan, bukan platform mana yang menyediakan. Sehingga apabila konsumen mendapati platform e-commerce sejenis sedang menyediakan diskon, keputusan konsumen untuk membeli akan diperbarui menyesuaikan dimana adanya diskon.

Selain itu, bagi aparatur sipil negara (ASN) di Kantor Bupati Serdang Bedagai, yang merupakan salah satu kelompok konsumen yang cukup aktif dalam berbelanja daring, faktor produk dan biaya ekspedisi juga turut mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Kondisi geografis yang beragam serta preferensi konsumen yang berbeda-beda menjadikan pengaruh biaya ekspedisi semakin signifikan. Maka dari pada itu, pada penelitian ini akan mengkaji lebih dalam terkait bagaimana diskon dan biaya ekspedisi dapat mempengaruhi Keputusan pembelian. Pemilihan ASN sebagai subjek penelitian juga penting mengingat mereka memiliki karakteristik sebagai konsumen yang memiliki penghasilan tetap dan berpotensi menjadi pangsa pasar yang signifikan dalam transaksi e-commerce.

METODE

Penelitian ini mengadopsi metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Yang mana seperti yang dikemukakan oleh Sinambela (2021), metode kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menggunakan angka-angka dalam pengolahan datanya untuk menghasilkan informasi terstruktur, dengan tujuan memperoleh data yang menggambarkan karakteristik suatu objek, peristiwa, atau situasi, populasi pada penelitian ini yaitu Pegawai Aparatur Sipil Negara (ASN) pada Kantor Bupati Serdang Bedagai yang berjumlah 290 ASN. Teknik pengambilan sampel (*sampling*) pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*, yang mana penentuan calon responden harus sesuai dengan kriteria responden yang telah ditetapkan yaitu sebagai pegawai aktif dan pernah menggunakan platform Shopee. Dengan demikian, ditetapkan lah jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 74 responden yang merupakan ASN di Kantor Bupati Serdang Bedagai. Dalam proses penganalisisan data penelitian, penulis menggunakan bantuan Software SPSS Versi 25 yaitu menguji analisis statistik deskriptif dan regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik (*classical assumption tests*) dalam analisis data kuantitatif mencakup prinsip-prinsip dasar yang penting untuk memastikan validitas dan keandalan analisis statistik (Iba & Wardhana, 2024). Asumsi-asumsi ini merupakan prasyarat penting untuk memastikan validitas

hasil analisis statistik. Jika data tidak memenuhi satu atau lebih asumsi ini, hasil analisis statistik mungkin tidak dapat diandalkan (Iba & Wardhana, 2024).

Uji Normalitas

Sugiyono (2022) mengemukakan bahwa uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang akan diteliti menunjukkan hasil yang terdistribusi dengan normal atau tidak. Pada pengujian normalitas ini, penelitian akan menggunakan 3 (tiga) pendekatan yaitu pengujian Kolmogorov Smirnov, pengujian histogram, dan pengujian probability plot untuk mendeteksi apakah data penelitian terdistribusi dengan normal atau sebaliknya.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas-Kolmogorov Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		74
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.79986202
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.070
	Negative	-.092
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

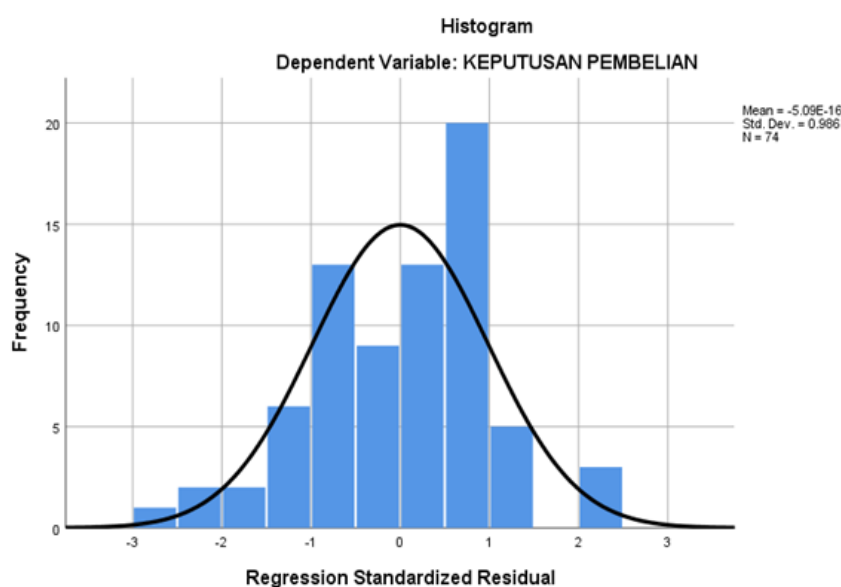
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

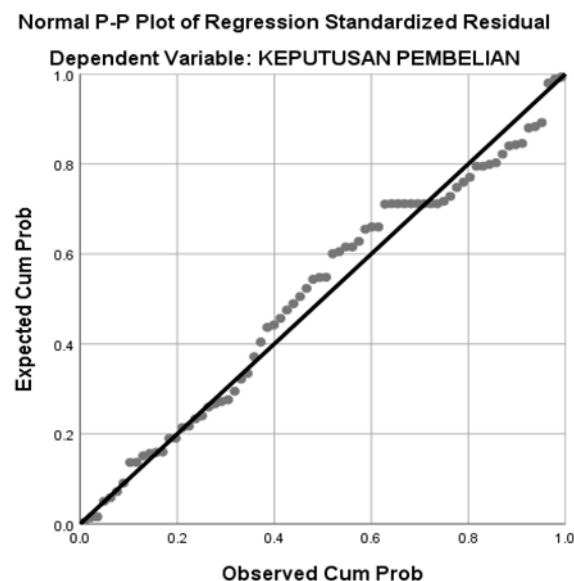
Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov yang dipaparkan pada tabel 3 di atas, terlihat bahwa hasil signifikan pada kolom Asymp sig (2-tailed) sebesar 0.200 > 0,05. Dari pada itu, dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi dengan normal.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas-Grafik Histogram
Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan grafik histogram yang dipaparkan pada gambar 2 di atas, terlihat bahwa grafik histogram secara tegas menunjukkan bentuk lonceng (*Bell Shaped*) dan tidak terlihat adanya indikasi yang kemiringan ke kiri atau ke kanan. Dari pada itu, dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi dengan normal.



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas-Grafik Probability Plot
Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan grafik probability plot yang dipaparkan pada gambar 3 di atas, terlihat bahwa pola pada kurva probability plot menyebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal. Dari pada itu, dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinearitas

Ghozali (2021) mengemukakan bahwa uji multikolineraritas digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan yang erat antar variabel bebas dalam sebuah analisis. Untuk mendeteksi multikolinearitas, dapat menggunakan metode Variance Inflation Faktor (VIF) untuk menentukan sejauh mana variabel independen dalam model regresi berkorelasi satu sama lain. Dimana apabila nilai $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0,1$ maka dapat dinyatakan bahwa model regresi tidak ditemukan gejala multikolinearitas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.425	2.463		.579	.565		
DISKON	.516	.109	.412	4.753	.000	.629	1.591
BIAYA							
EKSPEDISI	.415	.072	.496	5.728	.000	.629	1.591

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas yang dipaparkan pada tabel 4 di atas, terlihat bahwa variabel Diskon (X_1) memiliki nilai VIF sebesar $1,591 < 10$ dan nilai *Tolerance* sebesar $0,629 > 0,1$ dan Biaya Ekspedisi (X_2) memiliki nilai VIF sebesar $1,591 < 10$ dan nilai *Tolerance* sebesar $0,629 > 0,1$. Dari pada itu, dapat dikatakan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Ghozali (2021) mengemukakan bahwa uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji ada tidaknya ketidaksamaan antara varians residual suatu model regresi. Heterokedastisitas pada analisis regresi harus dihindari karena model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas maupun homoskedastisitas.

Pada uji heterokedastisitas ini, peneliti memutuskan menggunakan uji Glejser. Diamsumsikan bahwa apabila nilai Sig. $> 0,05$, tidak ada bukti heteroskedastisitas dalam model regresi. Namun sebaliknya, apabila nilai Sig. $< 0,05$ menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas (Iba & Wardhana, 2024).

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.410	1.465		2.328	.023
DISKON	-.041	.065	-.095	-.639	.525
BIAYA EKSPEDISI	-.006	.043	-.020	-.131	.896

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan hasil pengujian heterokedastisitas menggunakan uji Glejser yang dipaparkan pada tabel 5 di atas, ditemukan bahwa nilai signifikan pada variabel Diskon (X_1) senilai $0,525 > 0,05$, dan Biaya Ekspedisi (X_2) senilai $0,896 > 0,05$. Dari pada itu, dapat dikatakan bahwa model regresi pada penelitian ini terhindar dari gejala heterokedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Sahir (2022:52) mengemukakan bahwa regresi linier berganda merupakan metode analisis yang dipergunakan untuk melakukan analisis pada data yang terdiri dari satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Uji regresi linier berganda pada penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memprediksikan pengaruh variabel independent yaitu Diskon (X_1) dan Biaya Ekspedisi (X_2) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) menggunakan SPSS versi 25.00. Berikut ini pemaparan hasil regresi linier berganda yaitu :

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.425	2.463		.579	.565
DISKON	.516	.109	.412	4.753	.000
BIAYA EKSPEDISI	.415	.072	.496	5.728	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Persamaan regresi linear berganda dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Y = 1,425 + 0,516X_1 + 0,415X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda tersebut dapat, maka dapat dideskripsikan bahwa:

1. Konstanta (α) diperoleh dengan nilai 1,425 dengan arah yang positif, hal tersebut menjelaskan bahwa variabel independen yaitu Diskon (X_1) dan Biaya Ekspedisi (X_2) menunjukkan pengaruh yang searah terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) Di Platform Shopee Pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai.
2. Pada koefisien b_1 (X_1) diperoleh dengan nilai 0,516 dengan arah yang positif, hal tersebut menjelaskan bahwa Diskon (X_1) menunjukkan pengaruh yang searah terhadap Keputusan Pembelian (Y), sehingga dapat diartikan bahwa apabila terjadi peningkatan pada Diskon sebesar 1% maka Keputusan Pembelian Di Platform Shopee Pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai akan naik dan meningkat sebesar 0,516 (51,6%) jika variabel lain dianggap konstan.
3. Pada koefisien b_2 (X_2) diperoleh dengan nilai 0,415 dengan arah yang positif, hal tersebut menjelaskan bahwa Biaya Ekspedisi (X_2) menunjukkan pengaruh yang searah terhadap Keputusan Pembelian (Y), sehingga dapat diartikan bahwa apabila terjadi peningkatan pada Biaya Ekspedisi sebesar 1% maka Keputusan Pembelian Di Platform Shopee Pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai akan naik dan meningkat sebesar 0,415 (41,5%) jika variabel lain dianggap konstan.

Uji Parsial (Uji T)

Sahir (2021) mengemukakan bahwa uji parsial atau dikenal dengan uji t dilakukan dengan tujuan untuk menilai signifikansi variabel independent secara individual terhadap variabel dependen pada masing-masing koefisien regresi yang terpisah. Kriteria penilaian yang dipergunakan yaitu nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig < 0,05$, maka hasil penelitian akan dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak (terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependen).

Adapun taraf sig pada penelitian ini yaitu (α) = 5% dengan derajat kesalahan (df) = ($n-k$) yang mana $df = 74-3 = 71$, sehingga berdasarkan tabel t pedoman statistik ditemukan bahwa nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,993.

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.425	2.463		.579	.565
DISKON	.516	.109	.412	4.753	.000
BIAYA EKSPEDISI	.415	.072	.496	5.728	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) yang dipaparkan pada tabel 7 di atas, dapat dijabarkan bahwa :

1. Pada pengujian Diskon (X_1) ditemukan bahwa nilai dari t_{hitung} sebesar 4,753 > t_{tabel} 1,993 yang berarti berpengaruh positif dan nilai sig sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti berpengaruh signifikan mana. Dari pada itu, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_o ditolak, yaitu

diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Shopee Pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai.

2. Pada pengujian Biaya Ekspedisi (X_2) ditemukan bahwa nilai dari t_{hitung} sebesar $5,728 > t_{tabel}$ 1,993 yang berarti berpengaruh positif dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti berpengaruh signifikan. Dari pada itu, dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak, yaitu biaya ekspedisi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Shopee Pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai.

Uji Simultan (Uji F)

Sahir (2021) juga mengemukakan bahwa uji simultan atau uji F dilakukan dengan tujuan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh bersamaan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat keyakinan pada penelitian ini yaitu 95% ($\alpha = 0,05$), dengan kriteria penilaian yaitu nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $sig < 0,05$, maka hasil penelitian akan dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak (secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependen).

Adapun taraf sig pada penelitian ini yaitu (α) = 5% dengan derajat kesalahan $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n-k$, yang mana $df = 3-1 = 2$ sedangkan $df = 74-3$ yaitu 71, sehingga berdasarkan F tabel pedoman statistic ditemukan bahwa nilai F_{tabel} yaitu sebesar 3,13.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1135.696	2	567.848	70.452	.000 ^b
	Residual	572.264	71	8.060		
	Total	1707.959	73			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), BIAYA EKSPEDISI, DISKON

Sumber : Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan hasil pengujian simultan (uji F) yang dipaparkan pada tabel 8 di atas, ditemukan bahwa nilai dari F_{hitung} sebesar $70,452 > F_{tabel}$ 3,13 yang berarti berpengaruh positif dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti berpengaruh signifikan. Dari pada itu, dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak, yaitu Diskon dan Biaya Ekspedisi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Shopee Pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ismanto & Pebruary (2021) mengemukakan bahwa koefisien determinasi menjelaskan variasi pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi dapat diukur menggunakan nilai *R-Square* atau nilai *Adjusted R-Square* yang disesuaikan. *Adjusted R-Square* digunakan ketika terdapat beberapa variabel independen. Dalam menghitung koefisien determinasi, peneliti menggunakan nilai *Adjusted R-Square* karena variabel independen terdiri dari dua variabel.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 ^a	.665	.656	2.839

a. Predictors: (Constant), BIAYA EKSPEDISI, DISKON

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan hasil pengujian Koefisien Determinasi (R^2) yang dipaparkan pada tabel di atas, ditemukan bahwa nilai koefisien determinasi pada kolom *Adjusted R Square* sebesar 0,656 atau setara dengan 65,6%. Hal tersebut mendeskripsikan bahwa nilai varians yang dimiliki oleh Keputusan Pembelian dari variabel Diskon dan Biaya Ekspedisi yaitu sebesar 65,6% dan sisanya sebesar 34,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel atau faktor-faktor lain yang tidak diteliti dan tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pembahasan**Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak yang mana Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Shopee Pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai. Hal tersebut oleh nilai t_{hitung} (4,753) < t_{tabel} (1,993) dan nilai sig 0,000 > 0,05. Dengan demikian disimpulkan bahwa Diskon mampu memberikan kontribusi yang kuat untuk meningkatkan Keputusan Pembelian Di Platform Shopee Pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yg di lakukan oleh Oktavia & Fageh (2022) dengan judul “Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”, yang mana terdapat pengaruh yang signifikan antara diskon terhadap keputusan pembelian. Selain itu, pada penelitian Shoffi’ul et al. (2021) dengan judul “Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee”, juga dibuktikan bahwa diskon sangat mampu mempengaruhi Keputusan pembelian dikarenakan besarnya diskon otomatis akan membuat para konsumen tertarik serta berminat yang akhirnya akan melakukan keputusan pembelian.

Pengaruh Biaya Ekspedisi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak yang mana Biaya Ekspedisi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Shopee Pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan nilai t_{hitung} (5,728) > t_{tabel} (1,993) dan nilai sig 0,000 < 0,05. Dengan demikian disimpulkan bahwa Biaya Ekspedisi memiliki kontribusi yang kuat dalam meningkatkan Keputusan Pembelian Di Platform Shopee Pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yg di lakukan oleh Reni Yusnita et al. (2023) dengan judul “Pengaruh Online Marketing Dan Biaya Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Pisang Pasir Memey”, yang mana ditemukan bahwa biaya ongkos kirim mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, pada penelitian Polii et al. (2022) dengan judul “Pengaruh Harga Pengiriman dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Tokopedia di Manado”, juga membuktikan bahwa harga pengiriman (biaya ekspedisi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin sesuai harga pengiriman yang diberikan maka akan semakin tinggi atau semakin berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Diskon dan Biaya Ekspedisi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak yang mana Diskon dan Biaya Ekspedisi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Platform Shopee Pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan nilai $F_{hitung} (70,452) > F_{tabel} (3,13)$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Dengan demikian disimpulkan bahwa Diskon dan Biaya Ekspedisi jika diterapkan bersama-sama mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan Keputusan Pembelian di Platform Shopee Pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai. Selain itu, nilai koefisien determinasi pada kolom *Adjusted R Square* sebesar 0,656 (65,6%), yang mendeskripsikan bahwa nilai varians yang dimiliki oleh Keputusan Pembelian dari variabel Diskon dan Biaya Ekspedisi yaitu sebesar 65,6% dan sisanya sebesar 34,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel atau faktor-faktor lain yang tidak diteliti dan tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yg dilakukan oleh Ramadhanti & Yuli Prastyatini (2023) dengan judul “Pengaruh Diskon Flash Sale dan Biaya Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee dengan Minat Beli Sebagai Variabel Moderasi”, yang mana ditemukan bahwa diskon dan biaya ongkos kirim mampu memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Selain itu, pada penelitian Achmad Rasyad et al. (2023) dengan judul “Pengaruh Rating, Diskon dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Study Pada Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi)”, membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara rating, diskon dan ongkos kirim terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tersebut, disimpulkan bahwa diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Platform Shopee Pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai. Biaya Ekspedisi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Platform Shopee Pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai. Diskon dan Biaya Ekspedisi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Platform Shopee Pada ASN Kantor Bupati Serdang Bedagai.

Penelitian ini memiliki implikasi akademis, praktis, dan manajerial. Secara akademis, hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang perilaku konsumen dalam e-commerce, khususnya terkait pengaruh diskon dan biaya ekspedisi terhadap keputusan pembelian di platform Shopee. Secara praktis, temuan ini dapat membantu konsumen, khususnya ASN di Kantor Bupati Serdang Bedagai, dalam memahami bagaimana faktor harga dan biaya tambahan mempengaruhi keputusan belanja mereka, sehingga dapat lebih bijak dalam mengelola pengeluaran. Dari sisi manajerial, penelitian ini memberikan wawasan bagi pelaku bisnis dan manajemen Shopee dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti menawarkan diskon yang menarik serta menyesuaikan kebijakan biaya ekspedisi agar lebih kompetitif guna meningkatkan loyalitas dan jumlah transaksi konsumen.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini hanya berfokus pada ASN di Kantor Bupati Serdang Bedagai, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan untuk seluruh pengguna Shopee atau kelompok profesi lainnya. Kedua, penelitian ini hanya mempertimbangkan dua variabel utama, yaitu diskon dan biaya ekspedisi, sementara faktor lain yang juga dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas produk, ulasan pelanggan, dan metode pembayaran, tidak dianalisis secara mendalam. Ketiga, metode pengumpulan data yang digunakan, seperti kuesioner, bergantung pada persepsi dan kejujuran responden, yang berpotensi menyebabkan bias dalam jawaban. Keempat, penelitian ini bersifat cross-sectional, sehingga hanya menangkap perilaku konsumen pada satu periode waktu tertentu tanpa melihat perubahan pola pembelian dalam jangka panjang. Oleh karena itu,

penelitian lebih lanjut dengan cakupan sampel yang lebih luas, variabel tambahan, serta pendekatan longitudinal diperlukan untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Achmad Rasyad, F., Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U., & Budianto, A. (2023). Pengaruh rating, diskon dan ongkos kirim terhadap keputusan pembelian konsumen pada pengguna aplikasi Shopee (Studi pada mahasiswa FEBI UIN STS Jambi). *Jurnal Sains Student Research*, 1(1), 448–461. <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i1.161>
- Ahdiat, A. (2023). 5 e-commerce dengan pengunjung terbanyak kuartal I 2023. *Databoks Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/1f9a77c8c8a2c66/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>
- Ahyar, H. (2020). *Buku metode penelitian kualitatif & kuantitatif* (Edisi 1). CV Pustaka Ilmu Group.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). *Dasar-dasar pemasaran* (Alexander Sindoro & Benyamin Molan, Eds.; Jilid 1). Penerbit Prenhalindo.
- Asututi, R. (2023). 5 indikator ekspedisi terdekat yang berkualitas, penting! *Lion Parcel*. <https://lionparcel.com/info-seller/5-indikator-ekspedisi-terdekat-yang-berkualitas-penting>
- Belch, G. E., & Belch, M. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communication perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit UNDIP.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Analisis riset dan analisis jalur untuk riset bisnis menggunakan SPSS 29.0 & Smart PLS 4.0* (Mahir Pradana, Ed.). CV Eureka Media Aksara. http://fe.unisma.ac.id/MATERI_AJAR_DOSEN/EKOMETRIK/AriRiz/MA_Uji_Normalitas.pdf%0Ahttps://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/
- Ismanto, H., & Pebruary, S. (2021). *Aplikasi SPSS dan EViews dalam analisis data penelitian*. Deepublish.
- Kusuma, R. A., & Nurhadi, N. (2024). Pengaruh flash sale, bebas biaya pengiriman, dan hedonic shopping motivation terhadap impulse buying pada pengguna Shopee di Gresik. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4323–4334. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.886>
- Oktavia, F., & Fageh, A. (2022). Pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian kosmetik halal dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.11196>
- Polii, T. A. D., Worang, F. G., & Tampenawas, J. L. (2022). Pengaruh harga pengiriman dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen online shop Tokopedia di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2), 106. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39482>
- Ramadhanti, S., & Yuli Prastyatini, S. L. (2023). Pengaruh diskon flash sale dan biaya ongkos kirim terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee dengan minat beli sebagai variabel moderasi. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 14(04), 1030–1039. <https://doi.org/10.23887/jimat.v14i04.60984>
- Reni Yusnita, Nasution, A. I. L., & Yanti, N. (2023). Pengaruh online marketing dan biaya ongkos kirim terhadap keputusan pembelian pada UMKM Pisang Pasir Memey. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 1(6), 371–387. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i6.373>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. KBM Indonesia.
- Sahir, S. H. (2022). *Metode penelitian*. KBM Indonesia.
- Sanusi, A. (2019). *Metodologi penelitian bisnis* (Cetakan ke-1). Penerbit Salemba Empat.

- Shoffi'ul, A., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2019). Pengaruh diskon dan promo gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian e-commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 111–113. www.fe.unisma.ac.id
- Sinambela, L. P. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif: Teori dan praktik*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2022). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi: Pendekatan kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan*. Penerbit ANDI.