

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS BARANG, DAN SISTEM
PEMBAYARAN COD (*CASH ON DELIVERY*) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE* DI KECAMATAN PARE**

SKRIPSI

Diajukan Untuk memenuhi sebagian syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Oleh :

FERNANDA BAGUS SAPUTRA

NPM: 19.1.02.02.0279

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2023**

Skripsi oleh:

FERNANDA BAGUS SAPUTRA
NPM: 19.1.02.02.0279

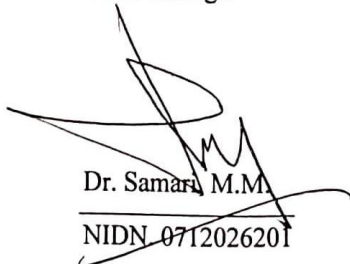
Judul:

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS BARANG, DAN SISTEM
PEMBAYARAN COD (CASH ON DELIVERY) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI KECAMATAN PARE**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

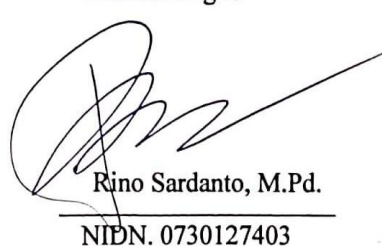
Tanggal: 17 Juli 2023

Pembimbing I



Dr. Samara M.M.
NIDN. 0712026201

Pembimbing II



Rino Sardanto, M.Pd.
NIDN. 0730127403

Skripsi oleh:

FERNANDA BAGUS SAPUTRA
NPM: 19.1.02.02.0279

Judul:

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS BARANG, DAN SISTEM
PEMBAYARAN COD (CASH ON DELIVERY) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI KECAMATAN PARE**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal: 20 Juli 2023

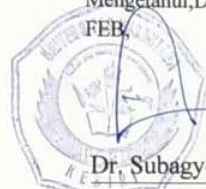
Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Samari, M.M.
2. Penguji I : Poniran Yudho Leksono, M.M.
3. Penguji II : Rino Sardanto, M.Pd.



Mengetahui, Dekan
FEB



Dr. Subagyo, M.M
NIDN: 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Fernanda Bagus Saputra
Jenis Kelamin : Laki - laki
Tempat/tgl. lahir : Kediri/ 21 November 2000
NPM : 19.1.02.02.0279
Fak : Ekonomi dan Binis
Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 19 Juli 2023

Yang Menyatakan



FERNANDA BAGUS SAPUTRA
NPM: 19.1.02.02.0279

Motto:

Filipi 4:6 (TB) Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apa pun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.

Be nice in the midst of sin.

Believe God is able to change everything that happens.!!

Random but simple.

Kupersembahkan karya ini buat:

Seluruh keluargaku tercinta
Dan semua yang telah berjasa dalam memberi dukungan serta semangat bagi penulis.

Abstrak

Fernanda Bagus Saputra : Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Barang, Dan Sistem Pembayaran Cod (*Cash On Delivery*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace Shopee* Di Kecamatan Pare , Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

Kata kunci: harga, kualitas barang, sistem pembyaran COD, keputusan pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa keputusan konsumen terhadap pembelian perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dari perilaku konsumen yang mendasari konsumen untuk melakukan keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian dan bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang atau jasa memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.. Agar perusahaan dapat mencapai keuntungan yang seperti yang diharapkan, maka perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untk mengetahui pengaruh harga, kualitas barang, dan sistem pembayaran COD terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi 40 konsumen dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan *software SPSS for windows versi 22*. Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace shopee* di Kecamatan Pare. Indonesia, sedangkan kualitas produk , sistem pembayaran COD secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada keputusan pembelian pada *marketplace shopee* di Kecamatan Pare. (2) kualitas produk , dan sistem pembayaran COD secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace shopee* di Kecamatan Pare

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Barang, Dan Sistem Pembayaran Cod (*Cash On Delivery*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace Shopee* Di Kecamatan Pare”.

Skripsi ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd selaku Rektor UNP Kediri yang telah memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa
2. Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNP Kediri.
3. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen UNP Kediri.
4. Dr. Samari, M.M. selaku Dosen Pembimbing I
5. Rino Sardanto, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II
6. Kepala Staff dan Karyawan *Shopee* atas kerjasamanya dan telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
7. Kedua Orang Tua dan adik yang selalu memberikan motivasi dan semangat yang besar serta doanya dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.

8. Semua teman seperjuangan, semua sahabat, teman baik yang telah memberikan semangat yang luar biasa dalam membantu terselesaikannya penelitian ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan masukan, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 20 Juli 2023

FERNANDA BAGUS SAPUTRA
NPM: 19.1.02.02.0279

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iv |
| Motto | v |
| Abstrak..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| | |
| BAB I : PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 7 |
| C. Batasan Masalah | 8 |
| D. Rumusan Masalah | 8 |
| E. Tujuan Penelitian | 8 |
| BAB II : TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| A. Landasan Teori..... | 11 |
| 1. Keputusan Pembelian | 11 |
| 2. Harga..... | 14 |
| 3. Kualitas Barang | 18 |
| 4. Sistem Pembayaran COD (<i>Cash On Delivery</i>)..... | 22 |
| B. Hasil Penelitian Terdahulu | 26 |
| C. Kerangka Berfikir..... | 28 |
| D. Kerangka Konseptual..... | 31 |
| E. Hipotesis | 32 |
| BAB III : METODE PENELITIAN..... | 33 |
| A. Variabel Penelitian | 33 |
| 1. Identifikasi variabel Penelitian | 33 |
| 2. Definisi Operasional Variabel | 34 |
| B. Pendekatan dan Teknik Penelitian | 36 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Pendekatan Penelitian | 36 |
| 2. Teknik Penelitian | 37 |
| C. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 38 |
| 1. Tempat Penelitian | 38 |
| 2. Waktu Penelitian..... | 38 |
| D. Populasi, Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel | 38 |
| 1. Populasi..... | 38 |
| 2. Sampel Penelitian | 39 |
| 3. Teknik Pengambilan Sampel | 39 |
| E. Instrumen Penelitian..... | 40 |
| 1. Instrumen Penelitian | 40 |
| 2. Uji instrumen | 42 |
| F. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 45 |
| 1. Sumber Data | 45 |
| 2. Teknik Pengumpulan Data | 46 |
| G. Teknik Analisis Data..... | 47 |
| 1. Analisis Data..... | 47 |
| 2. Teknik Analisis Data | 48 |
| 3. Norma Keputusan | 54 |
| BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 56 |
| A. Hasil Penelitian | 56 |
| 1. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 56 |
| 2. Gambaran Umum Subjek Penelitian | 59 |
| B. Deskripsi Data Variabel..... | 61 |
| 1. Varibel Keputusan Pembelian | 61 |
| 2. Varibel Harga..... | 63 |
| 3. Varibel Kualitas Barang | 64 |
| 4. Varibel Sistem Pembayaran COD | 67 |
| C. Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 68 |
| 1. Uji Normalitas | 68 |
| 2. Analisis Regresi Linier Berganda | 71 |
| 3. Koefisien Determinasi R^2 | 73 |
| 4. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)..... | 74 |
| 5. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) | 76 |

| | |
|--|-----------|
| D. PEMBAHASAN..... | 77 |
| BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN..... | 80 |
| A. KESIMPULAN..... | 80 |
| B. SARAN..... | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA | 83 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... | 26 |
| Tabel 3. 1 Kisi – kisi kuesioner | 40 |
| Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas | 43 |
| Tabel 3. 3 Penafsiran Uji Reliabilitas..... | 45 |
| Tabel 3. 4 Hasil Uji Realibilitas | 45 |
| Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden..... | 60 |
| Tabel 4. 2 Tingkat Usia Responden..... | 60 |
| Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Item Keputusan Pembelian | 61 |
| Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Item Harga | 63 |
| Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Item Kualitas Barang..... | 65 |
| Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi item Sistem Pembayaran COD | 67 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test..... | 69 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas..... | 70 |
| Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda | 72 |
| Tabel 4. 10 Koefisien Determinasi | 73 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji t (parsial)..... | 74 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji F (Simultan)..... | 76 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----------|
| Gambar 1. 1 Perbandingan E-commerce di Indonesia Tahun 2022 | 2 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual..... | 31 |
| Gambar 4. 1 Logo Shopee | 56 |
| Gambar 4. 2 Unduhan <i>Shopee</i> di <i>Play Store</i> | 57 |
| Gambar 4. 3 Grafik Probability Plot | 68 |
| Gambar 4. 4 Grafik scatterplot | 71 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|------------|
| Lampiran 1: Instrumen Penelitian | 86 |
| Lampiran 2: Tabulasi Data Hasil Penelitian | 90 |
| Lampiran 3: Hasil Olah Data/Output SPSS | 94 |
| Lampiran 4: Surat Izin Penelitian | 103 |
| Lampiran 5: Berita Acara Bimbingan | 104 |
| Lampiran 6: Hasil Pengisian G-form | 108 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

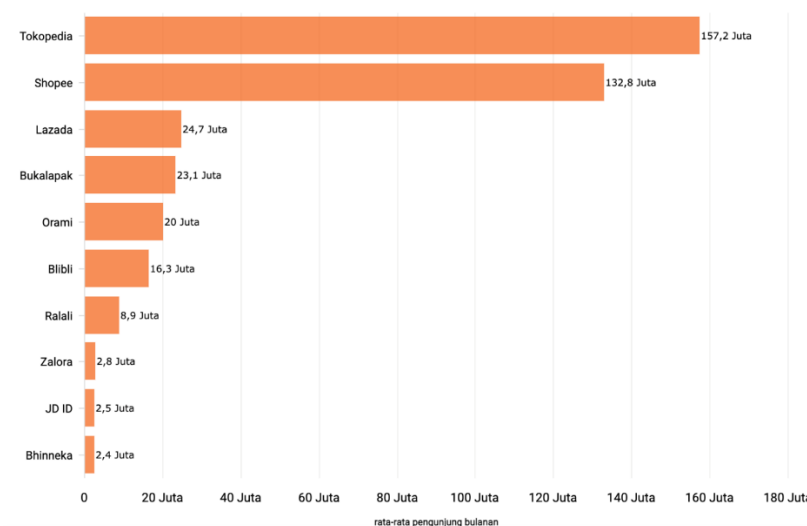
Di era digitalisasi saat ini, perkembangan teknologi dan informasi semakin pesat, yang berujung pada persaingan ekonomi yang semakin tajam. Akibatnya, produsen berpikir lebih kritis, kreatif, dan inovatif terhadap perkembangan di bidang sosial, budaya, politik, dan ekonomi. Hal terpenting yang dilakukan perusahaan untuk berhasil dalam bisnis yang kompetitif adalah mencoba membangun strategi bisnis yang mencapai tujuan untuk menumbuhkan dan mempertahankan konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut, setiap pelaku usaha harus berusaha untuk menghasilkan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi membuat para produsen berlomba-lomba untuk memanfaatkan peluang yang ada, terutama pada perusahaan yang mempertahankan pangsa pasarnya guna menghadapi persaingan antar produsen. Salah satu cara yang mudah untuk dilakukan secara otomatis yaitu dengan menggunakan internet. Sistem bisnis yang populer didunia saat ini yaitu *E-commerce* atau dapat disebut dengan sistem penjualan barang secara elektronik (Margaretha, 2017).

Melalui situs jual beli online, pola berbelanja di masyarakat khususnya pengguna internet mulai berubah. Tentunya lebih mudah dilakukan tanpa harus mendatangi langsung tempat perbelanjaannya, cukup

dengan mengakses situs penyedia jual beli online konsumen sudah dapat membeli suatu barang secara online, baik satuan barang atau barang dalam jumlah yang cukup banyak. Kemudian untuk melakukan pembayaran, konsumen dapat langsung melakukan transfer dana ke penjual dengan aman dan terpercaya melalui pihak ketiga yaitu menggunakan jasa rekening yang sudah disediakan oleh situs jual beli online tersebut.

Saat ini, Indonesia merupakan salah satu negara yang berkembang pesat dalam penggunaan e-commerce dalam kehidupan bisnis. Beberapa situs belanja online yang sangat populer di Indonesia adalah Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Blibli, *Shopee* dll. Beberapa toko online yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia yaitu *Shopee*, situs ini memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat fashion, elektronik, peralatan rumah tangga dan banyak lagi.



Gambar 1. 1 Perbandingan E-commerce di Indonesia Tahun 2022

Sumber : www.iprice.co.id

Menurut data iPrice (2022), rata-rata pengunjung bulanan laman Tokopedia mencapai 157,2 juta pada kuartal I 2022. Sementara *Shopee* di urutan kedua dengan rata-rata pengunjung bulanan 132,77 juta. Kemudian Lazada naik ke peringkat tiga, menggeser Bukalapak pada tiga bulan pertama tahun ini. Rata-rata pengunjung bulanan dari kedua e-commerce tersebut masing-masing mencapai 24,68 juta dan 23,1 juta. Sementara Orami naik ke posisi lima, Blibli turun ke posisi enam, Ralali naik ke peringkat tujuh, dan Zalora naik ke posisi kedelapan. Adapun JD.ID turun ke posisi sembilan dan Bhinneka turun ke posisi kesepuluh dengan rincian jumlah pengunjung bulanan seperti terlihat pada grafik.

Keputusan konsumen terhadap pembelian perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen.. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa (Pratiwi, 2018). Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan untuk membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara niat membeli dan keputusan membeli. Menurut (Juhria et al., 2021) keputusan pembelian adalah suatu pemikiran di mana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat pilihan pada suatu barang dari banyak pilihan. Maka, keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dari perilaku konsumen yang mendasari konsumen untuk melakukan keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian dan

bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang atau jasa memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Sebelum memutuskan untuk membeli, ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan untuk melakukan pembelian diantaranya adalah harga. Harga merupakan salah satu pertimbangan para konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Dengan harga sesuai harapan konsumen, maka konsumen tidak perlu ragu melakukan pilihan dan konsumen akan merasa puas Sardanto et al (2021). Menurut Kotler & Armstrong (2018) harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu barang atau layanan, atau jumlah nilai yang ditukar pelanggan dengan keuntungan memiliki atau menggunakan barang atau layanan tersebut. Harga merupakan segala bentuk biaya yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, atau memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu barang Keputusan akhir dari konsumen saat melihat barang yang disediakan adalah membeli atau sebaliknya, keputusan pembelian suatu barang adalah hak mutlak bagi seorang konsumen. Karena saat terjadinya transaksi, pembelian hanya melibatkan konsumen dan produsen tanpa melibatkan orang ketiga untuk melakukan transaksi. Hal ini didukung oleh penelitian Restuti & Kurnia (2022) menyatakan bahwa ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, sedangkan Ilmiyah, KhafidatulIlmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020) terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian

Selain harga, hal yang perlu diperhatikan adalah kualitas barang. Menurut Kotler & Keller (2016) bahwa kualitas barang merupakan suatu kemampuan barang dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh barang dengan secara keseluruhan. Kualitas Barang juga merupakan faktor yang dapat memengaruhi keputusan pelanggan, barang memiliki arti yang sangat penting untuk toko atau perusahaan karna bila tidak ada barang maka toko tidak bisa melaksanakan apa-apa dari sebuah usahanya. Pelanggan datang membeli barang kembali jika mereka tertarik dan sudah dirasa cocok dan nyaman, oleh karena itu barang wajib disamakan dengan keinginan dari para pembeli. Kualitas barang yang diberikan dari perusahaan untuk kepuasan pelanggan mempunyai hubungan erat dengan keuntungan yang akan didapat, kualitas barang yang bagus akan menambah pembelian pelanggan sehingga perusahaan telah memiliki citra yang baik di benak pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian Blessa & Indriani (2022), Sinaga & Evyanto (2023) menyatakan bahwa kualitas barang terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain harga dan kualitas barang, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah sistem pembayaran.

Sistem Pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipakai untuk melaksanakan pemindahan dana, guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi Mayangsari & Aminah (2022). *Shopee* memberikan sistem pelayanan yang menjamin seorang konsumen dalam bertransaksi

yaitu sistem COD (*Cash On Delivery*). Layanan *cash on delivery* (COD) adalah metode pembayaran yang dilakukan konsumen dengan menggunakan pembayaran tunai dikala barang dikirim ke rumah pelanggan ataupun ke alamat yang telah ditentukan Halaweh (2018), dimana seorang pembeli dapat bertemu secara langsung ditempat yang ditentukan untuk melakukan transaksi pembelian, serta memberikan pelayanan 24 jam kepada para konsumen apabila mengalami kesulitan. Hal ini didukung oleh penelitian Nasution et al. (2022), Mayangsari & Aminah (2022) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung antara layanan *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andriani et al. (2022) tidak ada pengaruh antara layanan *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian.

Shopee dipilih untuk diteliti karena sebagai pelopor belanja online di Indonesia, akan tetapi sebagian dari pengalaman pribadi konsumen akhir-akhir ini bahwa kualitas pelayanan *Shopee* kurang baik. Fenomena yang terjadi di belanja online *Shopee* yaitu keluhan dari para konsumen karena semakin banyaknya penipuan melalui toko online, yang disebabkan oleh persaingan bisnis yang semakin ketat. Seperti contohnya banyak beredar video di tiktok yang menjelaskan bahwa barang yang dipesan tidak sesuai setelah barang sampai ke konsumen. Permasalahan yang sering terjadi pada perusahaan belanja online ini diakibatkan adanya persaingan bisnis yang membuat jumlah transaksi di *Shopee* menurun dibandingkan dengan Tokopedia, Untuk dapat unggul dalam bisnis online, *Shopee* harus

memperbaiki strategi pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan yang berpengaruh terhadap minat beli, serta meyakinkan calon konsumen dengan memberikan informasi yang lebih jelas mengenai barang yang dipasarkan Nurjanah (2019). Namun disisi lain *Shopee* juga menyediakan pelayanan berupa *call centre* maupun layanan *chatting* melalui aplikasi atau melalui akun resmi *Shopee* di media sosial. *Shopee* sendiri juga memberikan pelayanan yang baik bagi *seller* maupun *buyer*, jika terjadi suatu masalah dari kedua belah pihak Hal tersebut seharusnya lebih diperhatikan oleh *buyer* jika ada kesalahan pengiriman barang yang dilakukan oleh *seller*.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Barang, Dan Sistem Pembayaran Cod (*Cash On Delivery*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace Shopee* Di Kecamatan Pare”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, dapat diidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Keputusan pembelian merupakan proses - proses dimana konsumen memilih dan mengevaluasi barang atau jasa.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga, kualitas barang, sistem pembayaran COD (*Cash On Delivery*) dan keputusan pembelian.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penulis menetapkan Batasan dalam penelitian ini, yaitu

1. Penelitian ini terbatas hanya pada pengaruh Harga, Kualitas Barang, Sistem Pembayaran COD, dan Keputusan Pembelian.
2. Obyek penelitian dilakukan pada *marketplace Shopee* di Kecamatan Pare

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *marketplase Shopee* di Kecamatan Pare ?
2. Apakah ada pengaruh kualitas barang secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *marketplace Shopee* di Kecamatan Pare ?
3. Apakah ada pengaruh sistem pembayaran COD (*Cash On Delivery*) secara parsial terhadap keputusan pembelian pada e-commerce *Shopee* di Kecamatan Pare ?
4. Apakah ada pengaruh harga, kualitas barang, dan sistem pembayaran COD (*Cash On Delivery*) secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace Shopee* di Kecamatan Pare ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial Harga terhadap keputusan pembelian pada *marketplace Shopee* di Kecamatan Pare.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial kualitas barang terhadap keputusan pembelian pada *marketplace Shopee* di Kecamatan Pare.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial sistem pembayaran COD (*Cash On Delivery*) terhadap keputusan pembelian pada *marketplace Shopee* di Kecamatan Pare.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan antara harga, kualitas barang, dan sistem pembayaran COD (*Cash On Delivery*) terhadap keputusan pembelian pada *marketplace Shopee* di Kecamatan Pare.

F. Kegunaan penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan diantaranya sebagai berikut :

1. Secara teoritis
 - a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam menyempurnakan penelitian yang akan dilakukan yang berkaitan dengan pembahasan dari penelitian ini.

- b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi mahasiswa dalam menghadapi mata kuliah yang berkaitan dengan pembahasan dari penelitian ini.

2. Secara praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman dalam menilai kinerja perusahaan yang dilihat dari pergerakan harga saham, hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menarik minat investor dalam melakukan investasi.

b. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dalam membeli barang, agar tidak salah memilih produsen dalam memutuskan melakukan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Andriani, E. R., Pujiyanto, A., & Andayani, S. (2022). *Pengaruh Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir Dan Review Pembeli terhadap Minat Beli Baju Di Lazada. Seminar Nasional Hasil Skripsi, 1(01)*, 297–301.
- BI Institute. (2020). *Sistem Pembayaran I (SPI)*. 9. [https://www.bi.go.id/id/bi-institute/policy-mix/core/Documents/Sistem Pembayaran I.pdf](https://www.bi.go.id/id/bi-institute/policy-mix/core/Documents/Sistem%20Pembayaran%20I.pdf)
- Blessa, V., & Indriani, F. (2022). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keterlibatan Konsumen, Dan Kualitas Produk Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Shopee Live (Studi Pada Pengguna Platform Shopee Live)*. *Diponegoro Journal Of Management, 11(1)*, 1. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Bri. (2021). *Memahami Sistem Pembayaran: Pengertian, Fungsi, hingga Jenisnya*. BRI Kantor Pusat. [https://developers.bri.co.id/id/news/memahami-sistem-pembayaran-pengertian-fungsi-hingga-jenisnya#:~:text=Tujuan utama dari sistem pembayaran,dalam pembelian barang dan jasa.](https://developers.bri.co.id/id/news/memahami-sistem-pembayaran-pengertian-fungsi-hingga-jenisnya#:~:text=Tujuan%20utama%20dari%20sistem%20pembayaran,dalam%20pembelian%20barang%20dan%20jasa.)
- Ghozali, I. (2018). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS”* (9th ed.). Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, H. J., Sebayang, E. S., Sitorus, S., Belakang, L., Masalah, P., Jual, P. H., & Skylandsea, J. I. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perhitungan*. *Jurnal Ilmiah Skylandsea, 3(2)*, 87–95.
- Halaweh, M. (2018). *Cash on Delivery (COD) as an Alternative Payment Method for Ecommerce Transactions: Analysis and Implications* (Vol. 10). Sociotechnology and Knowledge Development.
- Hidayah, N. (2022). *Sistem Pembayaran: Pengertian, Prinsip, Komponen dan Contoh*. Mekari. <https://mekari.com/blog/sistem-pembayaran/>
- Ilmiyah, K., & Khrishermawan, I. (2020). *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto*. *Maker: Jurnal Manajemen, 6(1)*, 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Juhria, A., Meinitasari, N., Iqbal Fauzi, F., Yusuf, A., & Ekonomi Bisnis Universitas Singaperbangsa, F. (2021). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi E-Commerce Shopee*. *Jurnalmanajemen, 13(1)*, 55–62.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (12th ed.).

Jakarta Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (B. Sabran (ed.); 12th, 1st ed.). PT. Indeks : Jakarta.
- Kurniawan, B. (2022). *COD (Cash On Delivery) : Pengertian, Manfaat, Kelebihan & Kekurangan*. Komerce.Id. <https://komerce.id/blog/arti-cod-adalah/>
- Margaretha, F. (2017). *ANALISIS HUBUNGAN ANTARA MOTIF DENGAN TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI SHOPEE SEBAGAI MEDIA BERBELANJA ONLINE PAD SHOPEEHOLICS DI KOTA SAMARINDA*. 5(4), 26–40.
- Mayangsari, M., & Aminah, S. (2022). *Pengaruh Penilaian Produk, Promosi dan Layanan COD (Bayar di Tempat) Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Sidoarjo*. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 498. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.592>
- Nandy. (2021). *Pengertian Produk: Klasifikasi, Jenis, dan Ciri-Ciri Produk yang Disukai Konsumen*. Gramedia Blog; Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-produk/>
- Nasution, U. A., Harahap, E., & Mulya Rafika. (2022). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Sistem Pembayaran COD Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB-ULB)*. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2), 58–63. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1672>
- Nurjanah, S. (2019). *Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta*. *PARAMETER: Jurnal Pendidikan Universitas Negeri Jakarta*, 31(2), 124–133. <https://doi.org/10.21009/parameter.312.05>
- Pitriani, P. (2018). *Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Surat Pencatatan*.
- Pratiwi, M. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga, terhadap kepuasan konsumen di penginapan lebar daun palembang*. *Doctoral Dissertation, UPT Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang*, 1–126.
- Prawiro, M. (2018). *Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Konsep, dan Contohnya*. Maxmanroe.
- Primadasa, Y. G. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Shopee (Studi Pada Karyawan di PT.Percetakan Gramedia Cikarang)*. *Skripsi*, 1–114.
- Restuti, N., & Kurnia, M. (2022). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Transaksi, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Pada Marketplace Shopee*.

Borobudur Management Review, 2(1), 24–40.
<https://doi.org/10.31603/bmar.v2i1.6817>

Sardanto, R., Purnomo, H., & Muslih, B. (2021). *Signifikansi Harga, Fasilitas Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel*. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1), 67–78. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167>

Shopee. (2023). *Apa itu Metode Pembayaran COD (Bayar di Tempat)?*
<https://seller.shopee.co.id/edu/article/3360>

Sinaga, C. L., & Evyanto, W. (2023). *YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Kota Batam*. 6(2), 24–38.

Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2015b). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung. Alfabeta.

Syafira, B., & Sukmawati, N. (2021). *Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 33–54.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15325%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15325/15048>

Tjiptono, F. (2016). *NService, Quality & Satisfaction* (Fourth Edi). Penerbit Andi. Yogyakarta.

Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa* (Kedua). Jakarta : PT. Indeks.