

# Pengaruh Harga, Sistem Pembayaran *E-Money*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Gadget* Pengguna *Marketplace* Tokopedia

Garry Kurniawan<sup>1)</sup>, Agustinus Proyowidodo<sup>2)</sup>

<sup>1)2)</sup>Universitas Buddhi Dharma  
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

<sup>1)</sup>kgarry355@gmail.com

<sup>2)</sup>agustinus.proyowidodo@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2023;  
Perbaikan September 2023;  
Diterima September 2023;  
Tersedia online Oktober 2023

Kata kunci:

Harga  
Sistem Pembayaran E-Money  
Kualitas Produk  
Keputusan Pembelian

## Abstrak

Hasil penelitian uji T Diketahui nilai  $T_{hitung}$  harga ( X1 ) ialah  $1,202 < T_{tabel}$  1.657 with nilai sig 0,232 > 0.05,  $T_{hitung}$  sistem pembayaran *e-money* ( X2 ) ialah  $3,785 > T_{tabel}$  1.657 with nilai sig 0.000 < 0.05,  $T_{hitung}$  kualitas produk ( X3 ) ialah  $3,986 > T_{tabel}$  1,657 with nilai sig 0,000 < 0,05. Artinya secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara sistem pembayaran *e-money*, dan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Namun keputusan pembelian tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh harga.

Selanjutnya di uji F F hitung ialah  $57,659 >$  lebih besar dari F tabel 1,91 dengan nilai sig 0,000 < 0,05. jadi  $H_0$  ditolak &  $H_a$  diterima. yang berarti variabel harga, sistem pembayaran *e-money*, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari hasil koefisien determinasi pada variabel X1, X2, dan X3 berjumlah 0,588 yang berarti menjelaskan bahwa pengaruh harga, sistem pembayaran *e-money*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ialah 58,8%.

Inti dari penelitian ini demi mencari Secara simultan, dan parsial seberapa besar pengaruh harga (X1), sistem pembayaran *e-money* (X2), dan kualitas produk (X3) Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Gadget* Pengguna *Marketplace* Tokopedia. Untuk mencari hasil yang terbaik disini peneliti menggunakan bantuan program SPSS 25.

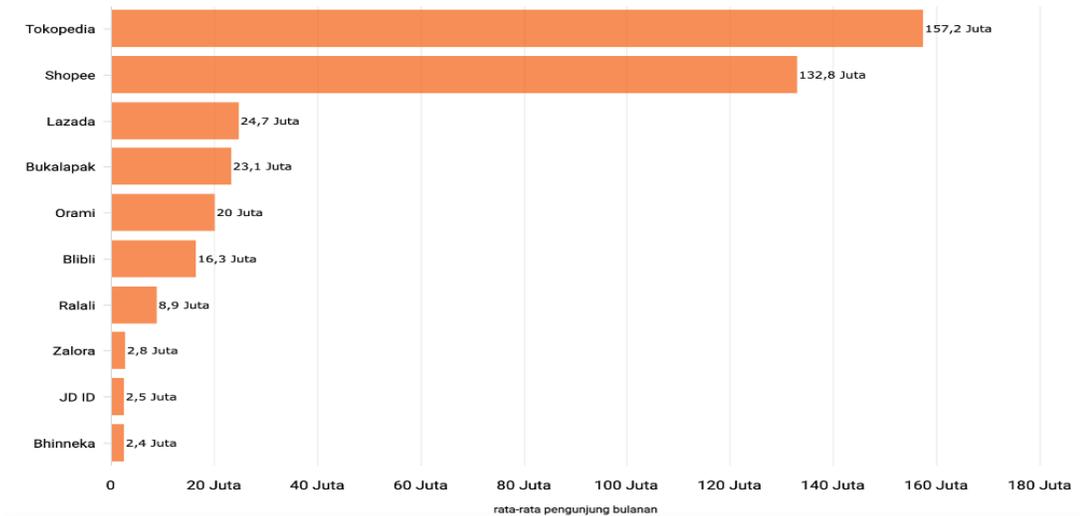
## I. PENDAHULUAN

Kemajuan pesat dalam teknologi digital dan perkembangan masyarakat di bidang kesehatan, ekonomi, politik, kemasyarakatan, dan gaya hidup masyarakat sudah dipengaruhi karena budaya. Salah satu teknologi, internet, memudahkan perilaku dan aktivitas masyarakat dari berbagai sudut pandang.

Masyarakat kini dapat mencari informasi di internet dengan mudah, pengaruh internet bagi mereka yang membutuhkannya, misalnya, kebutuhan ini telah berkembang hampir menyamai kebutuhan primer seperti makanan, pakaian, dan lain-lain. dan tempat berlindung. Banyak modifikasi telah didorong oleh terobosan teknis baru-baru ini kebiasaan membeli pelanggan yang melakukan pembelian awal langsung dari bisnis yang menjual barang atau melalui penjualan online (Kusnawan et al., 2019).

Perkembangan teknologi berbasis online, misalnya, semakin mempermudah konsumen dalam berbisnis dan melakukan pembelian. Akibatnya, agar dapat dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat, terutama yang melihat iklannya di media sosial atau internet. Pertumbuhan penduduk merupakan dampak dari globalisasi. Dampaknya,

tuntutan masyarakat pun meningkat. Selain kebutuhan sehari-hari berupa pangan, sandang, dan papan, transportasi juga penting (Fx.Pudjo Wibowo, 2018).



Gambar 1.1 penjelasan mengenai klaim asuransi *gadget*  
Sumber : (iPrice, 2022)

Dilihat dari data diatas, Saat ini Tokopedia menjadi *one of the other marketplace* yang lumayan banyak dikunjungi masyarakat Indonesia. Disusul oleh Shopee, dan Lazada.

#### Tipe Proteksi

Berikut ini adalah daftar Tipe Proteksi dari Proteksi Gadget:

Harga Gadget	Jenis Gadget	Batas Klaim	Kategori Gadget
Rp 100,000 - Rp 40,000,000	Handphone/Smartphone, Tablet, Laptop, Smartwatch, Wearable Devices	"Klaim Berganda, maks. 65% dari Harga Gadget yang dijaminan"	Barang Bekas yang pernah di asuransikan

#### Manfaat Perlindungan

Proteksi Gadget ini memberikan manfaat perlindungan atas **Kehilangan** atau **Kerusakan** pada Gadget kamu yang diakibatkan oleh:

1. Kebakaran, Sambaran Petir, Ledakan.
2. Kerusuhan, Pemogokan, Perbuatan Jahat Orang Lain.
3. Perampokan, Penodongan, atau
4. Kerusakan Tidak Terduga dari Gadget yang Diasuransikan.

Gambar 1.2 penjelasan mengenai klaim asuransi *gadget*  
Sumber : (Tokopedia, 2023)

Dari Gambar 1.2 bahwa asuransi yang terdapat di *Marketplace* Tokopedia bisa diklaim memiliki persenan yang cukup tinggi yaitu 65%. Disini *Renewal Proteksi Gadget* adalah program yang disediakan untuk melindungi *Gadget* dari segala jenis kerusakan fisik maupun kehilangan *Gadget* akibat tindak perampokan dan/atau penodongan, dengan maksimum durasi perpanjangan 6 (enam) bulan sejak tanggal polis lama berakhir.

Harga yang pada hakekatnya merupakan jumlah nominal yang ditawarkan kepada calon pembeli untuk membayar produk yang diminatinya, juga dapat mempengaruhi minat beli konsumen ketika berbelanja online di

marketplace. Konsumen bisa jadi membeli barang dengan harga yang ditentukan kalau mereka menerimanya; tapi jika ditolak maka akan dilakukannya pengevaluasian harga jual baru.

Kemampuan membayar melalui sistem *E-Money* adalah salah satu dari banyak alasan mengapa konsumen saat ini tertarik untuk membeli secara online. Pelanggan yang membeli secara online tidak perlu mengunjungi toko secara fisik, dan Indonesia adalah rumah bagi berbagai macam toko yang dikenal sebagai toko pasar. Bukan cuma itu, pembeli tidak perlu membuang waktu untuk mencari rincian jenis barang, stock, daya tahan, dan biayanya.

Metode pembayaran yang digunakan untuk melakukan pembelian produk atau jasa secara nontunai dikenal dengan alat pembayaran nontunai. Opsi pembayaran nontunai ini menerima kartu kredit, transfer kawat, dan uang tunai yang disediakan oleh layanan atau organisasi pengiriman uang (Kusnawan et al., 2019).

Ada tiga kategori kualitas produk: standar, sedang, dan luar biasa. Persepsi seseorang berbeda-beda tergantung pada apakah mereka sangat senang atau akan melakukan pembelian. (Santosa & Meyliana, 2022).

Harga yang kompetitif dan sesuai dengan permintaan pasar, periklanan yang efektif dan efisien, produk berkualitas tinggi, dan pelayanan tanpa cela, sehingga mampu memberikan kepuasan pelanggan (Pujiarti & Widiyanto, 2022).

Menurut (Mardia et al. 2021, 115) antara lain tujuan penetapan harga (SABELLA, 2022): terus bertahan. Saat menetapkan harga, pebisnis memperhitungkan pengeluaran dan pendapatan yang diharapkan. Selama sebuah bisnis dapat terus membayar biaya tetap dan variabel tepat waktu, maka bisnis tersebut dapat tetap eksis.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### **Harga**

Definisi harga menurut (Suprpto & Wahyudin, 2020) menurut jurnal (Parameswari, 2022) menyebutkan :  
“nilai mata uang yang dibutuhkan (terlepas dari unit tertentu jika memungkinkan) untuk membeli sejumlah barang dan jasa itulah pengertiannya.

Menurut Philip Kotler dalam (Handayani, 2019) dikutip dari (Parameswari, 2022) menyatakan bahwa:  
“Untuk menghasilkan uang dari penjualan atau penggunaan barang atau jasa, harga harus memiliki nilai tukar.

Menurut (Hanitha, et al. 2019) Dikutip dari (Hanitha,2022) menyatakan bahwa:  
“Pertimbangan penetapan harga sebagai jumlah uang yang diperdagangkan untuk barang yang dibeli..

### **Sistem Pembayaran *E-Money***

Menurut (Redaksi OCBC NISP, 2022) menyatakan bahwa :  
“*E-money*, sering juga disebut uang elektronik, adalah suatu cara untuk mentransfer dana yang disimpan dalam media tertentu secara elektronik. Metode yang digunakan pengguna untuk menyetor sejumlah uang tertentu ke penerbit kemudian disimpan untuk digunakan dalam transaksi berikutnya di server atau chip.

Menurut (Departemen, 2020) menyatakan bahwa:  
“Uang Elektronik (*Electronic Money*) diartikan sejumlah *e-money* dikuasai pemilik bukanlah titipan menurut peraturan perundang-undangan perbankan karena dia merupakan suatu bentuk metode transaksi lewat jumlah disetorkan terlebih dulu, untuk nilainya berbasis online berbentuk chip ataupun server

Menurut (Diskominfo, 2022) menyatakan bahwa:

“*E-Money* diartikan sebagai suatu bentuk payment yang dilakukan berdasarkan nilai dana yang telah ditempatkan pada penerbit, disimpan secara elektronik pada server atau chip, dan dipelihara oleh penerbit, seperti *storage* dimaksud dalam perbankan.

### **Kualitas Produk**

Menurut WJ Stanton didalam buku (Buchari Aima, 2018, 141) dikutip dari (Kusnawan, 2022) menyatakan bahwa :

“sekelompok kualitas konkrit dan tidak berwujud, seperti yang terkait dengan waktu, biaya, citra, dan layanan.

Menurut Kotler didalam buku (Buchari Aima, 2018, 141) dikutip dari (Kusnawan,2022) menyatakan bahwa:

“Untuk memenuhi keinginan dan aspirasi pelanggan, konsumen dapat menyediakan berbagai barang ke pasar. Produk terdiri dari hal-hal seperti produk, layanan, orang, dan properti.

Menurut (Miguna Astuti & Nurhafifah matondang, 2020) menyatakan bahwa:

“Apakah suatu produk berada di bawah standar, di atas standar, atau sesuai dengan standar, kualitasnya dapat digunakan untuk mengukur nilainya. Daya tahan produk, reputasi merek, dan kenyamanan penggunaan semuanya dapat digunakan untuk mengukur nilai ini.

### **Keputusan Pembelian**

Menurut James & Foster dikutip dari (Kusnawan Agus, 2022) menyatakan bahwa :

“Konsumen mengambil keputusan pembelian melalui beberapa tahapan, antara lain pengenalan produk, pembelian produk, dan penilaian penggunaan produk, sebelum mereka benar-benar memutuskan untuk membeli produk dan jasa.

Menurut Kotler dan Garey Armstrong (2016) dikutip dari (Kusnawan Agus, 2022) menyatakan bahwa :

“ada pembelajaran yang mengidentifikasi suatu unit berdasarkan *experienced*, konsep diberikan oleh unit tersebut tertuju ke pelanggan *before and after* konsumsi dapat digunakan untuk memodelkan dan mengevaluasi pilihan pembelian sebagai semacam perilaku konsumen.

Menurut (Agustina et al., 2019) dikutip dari (Kusnawan, 2022) menyatakan bahwa:

“Konsumen melalui proses yang disebut “keputusan pembelian” untuk memilih suatu produk dan menentukan pilihan.

## **III. METODE**

<b>Objek penelitian</b>
dalam penelitian ini objeknya pelanggan yang sudah melewati proses membeli Produk Gadget di Marketplace Tokopedia.
<b>Populasi dan Sampel</b>
Dengan menggunakan jumlah sampel sebanyak 120 responden, target populasi ialah Pengguna yang pernah melakukan pembelian di <i>Marketplace</i> Tokopedia
<b>Teknik Analisis Data</b>
Untuk mengetahui Hasil dari Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ), Uji T, dan Uji F disini peneliti menggunakan bantuan program analisis data spss 25
<b>Jenis Penelitian</b>

Pendekatan yang dipakai didasarkan pada teknik untuk dipilih yaitu penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini terutama difokuskan pada metode untuk mengumpulkan data berbentuk statistika yang memuat berbagai angka
<b>Teknik Pengumpulan Data</b>
Untuk pengumpulan data menggunakan data primer berupa kuesioner, dan data sekunder dari web, dan jurnal

#### IV. HASIL DATA

##### 1. Summary Table Model

- *Coefficient Determination Test Partial (R2)*

<i>Variable</i>	<i>Result (Hasil)</i>	<i>Variable</i>	<i>Result (Hasil)</i>	<i>Variable</i>	<i>Result (Hasil)</i>
<i>Price (Harga)</i>	0,356	Sistem Pembayaran E-Money	0,519	Kualitas Produk	0,526

Berdasarkan Model *table* diatas, variabel harga memiliki pengaruh sebesar 35,6%, untuk sistem pembayaran *e-money* pengaruhnya 51,9%, dan untuk kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 52,6%. Untuk sisanya berada diluar jangkauan proses olah data.

- *Coefficient Determination Simultant Test (R2)*

<i>Variable</i>	<i>Result (Hasil)</i>
<i>Price (Harga)</i>	0,588
Sistem Pembayaran <i>E-Money</i>	
Kualitas Produk	

Pengaruh seluruh faktor independen yang dievaluasi sebesar 58,8% sesuai tabel di atas, sedangkan sisanya berada di luar cakupan.

##### 2. hypothesis test table (Tabel Uji Hipotesis)

- *T Test (Uji T)*

<i>Variable</i>	<i>T Table</i>	<i>Result (Hasil)</i>	<i>Sig</i>
<i>Price (Harga)</i>	1,657	1,202	0,232
Sistem Pembayaran <i>E-Money</i>	1,657	3,785	0,000

Kualitas Produk	1,657	3,986	0.000
-----------------	-------	-------	-------

Variabel sistem pembayaran e-money dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang baik terhadap variabel terikat, sesuai tabel diatas, namun variabel harga yang diteliti mempunyai pengaruh yang kurang baik terhadap variabel terikat. Diperoleh beberapa data yang memenuhi syarat untuk mendukung hal tersebut, oleh karena itu H1 ditolak dan H2-H3 diperbolehkan.

- **F Test (Uji F)**

<i>Variable</i>	<i>Result (Hasil)</i>	<i>Sig</i>	<i>F Table</i>
Harga	57,659	0.000	1,91
Sistem Pembayaran <i>E-Money</i>		0.000	1,91
Kualitas Produk		0.000	1,91

Berdasar model *table* diatas, dilihat untuk semua *variable* independent mempunyai pengaruh positif terhadap *variable* dependent, jadi semua Simultan pengaruhnya.

## V. KESIMPULAN

- 1) Dilihat dari *Coefficient Determination Test* (Koefisien Determinasi) pengaruh Variable Price(harga) sebesar 35,6%. Kemudian sistem pembayaran e-money berjumlah 51,9%, dan variable kualitas produk berjumlah 52,6%. Dalam uji hipotesis t dilihat bahwa variable harga tidak mempunyai efek positif terhadap variable dependent. lalu untuk kualitas produk dan sistem pembayaran e-money mempunyai efek positif untuk variable dependent, untuk itu H1 ditolak, dan H3-H2 Diterima.
- 2) Dalam Test *Coefficient Determination* (Koefisien Determinasi) bisa dilihat semua pengaruh variable independent sebesar 58,8%. Dalam uji F semua variable independent mempunyai hasil dan efek positif kepada variable dependent. Dapat dilihat dalam hasilnya cukup sesuai. Oleh karena itu diterimanya H4

## DAFTAR PUSTAKA

- Departemen, K. (2020). *Apa Itu arti Uang Elektronik*. dalam Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Diskominfo. (2022). *dominan salah artian, Ini Bedanya E-Money dan E-Wallet*. Diskominfo. <https://diskominfo.badungkab.go.id/artikel/43551-sering-tertukar-ini-bedanya-e-money-dan-e-wallet#:~:text=Dari%20segi%20pengertiannya%20e-Money,yang%20ditanamkan%20di%20dalam%20kartu.>
- Fx.Pudjo Wibowo. (2018). PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUSAHAAN PT. GOJEK INDONESIA. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. <http://www.e-journal.janabadra.ac.id/index.php/jurnalefektif/article/viewFile/662/470>

- Hanitha, V. (2022). *Pengaruh Kemasan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Grafika Makmur Persada*. 2(2).
- iPrice. (2022). *10 E-Commerce atau marketplace dengan jumlah Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022*. RUMAHMEDIA. <https://www.rumahmedia.com/insights/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>
- Kusnawan, A. (2022). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam penentuan peningkatan Pembelian Produk Melalui Aplikasi Online Tokopedia*. 2(2).
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi E-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Miguna Astuti, & Nurhafifah Matondang. (2020). *Manajemen Pemasaran UMKM Dan Digital Sosial Media* (riskahenny mayameutia (ed.); 1st ed.). deepublish.
- Pasaribu, Frans Talu, Kusnawan Agus. (2022). Pengaruh Pemasaran Secara Digital, Harga, dan Promosi Summer Sale di Platform Steam Pada Terhadap Keputusan Pembelian Steam E-Wallet. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/view/1619>
- Pujiarti, & Widiyanto, G. (2022). The Influence of the Price, Location, Promotion, and Service on Product Purchase Decision Making During The Covid-19 Pandemic (Case Study on Small and Medium Enterprises (UKM) of Kampung Sejahtera Mandiri Teras Pancasila Tangerang City, Banten). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/912>
- Redaksi OCBC NISP. (2022). *Apa Itu Uang Elektronik? Pengertian, Jenis, dan Manfaatnya*. OCBC NISP. <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/03/09/uang-elektronik-adalah>
- SABELLA, F. (2022). Fakultas bisnis universitas buddhi dharma tangerang 2020. *Skripsi*.
- Santosa, S., & Meyliana, D. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Café terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus pada Haye Coffee). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*.
- Saputra, J., & Parameswari, R. (2022). Pengaruh Harga, Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kopi Chuseyo. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–10.
- Tokopedia. (2023). *Renewal Proteksi Gadget*. Tokopedia. <https://www.tokopedia.com/help/article/renewal-proteksi-gadget>