



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SKRIPSI

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, GRATIS ONGKOS KIRIM DAN *CASH ON DELIVERY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE SHOPEE* PADA MASYARAKAT KELURAHAN BINAWIDYA KECAMATAN BINAWIDYA KOTA PEKANBARU

Dajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

OLEH

DIAH SAHFITRI

NIM. 12070122849

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2024



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Diah Sahfitri
 NIM : 12070122849
 Program Studi : SI Manajemen
 Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
 Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
 Semester : VIII (Delapan)
 Judul : Pengaruh *Online Customer Review*, *Gratis Ongkos Kirim Dan Cash On Delivery* Terhadap Keputusan Pembelian Di *E-Commerce* Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru

Disetujui Oleh :

PEMBIMBING

Ermansyah, SE, MM
 NIP. 198503282023211011

Mengetahui :

DEKAN
 FAKULTAS EKONOMI
 DAN ILMU SOSIAL

KETUA PROGRAM STUDI
 SI MANAJEMEN



Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM
 NIP. 19700826 199903 2 001

Astuti Melinda, SE, MM
 NIP. 19720513200701 2 018

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Diah Sahfitri
NIM : 12070122849
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
Semester : VIII (Delapan)
Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review*, *Gratis Ongkos Kirim Dan Cash On Delivery* Terhadap Keputusan Pembelian Di *E-Commerce Shopee* Pada Masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru
Tanggal Ujian : 11 Juni 2024

TIM PENGUJI

Ketua
Astuti Meflinda, SE, MM
NIP. 19720513 200701 2 018

Sekretaris
Meri Sandora, SE, MM
NIP. 19790505 200710 2 001

Penguji I
Riki Hanri Malau, SE, MM
NIP. 19710124 200701 1 020

Penguji II
Saipul Al Sukri, SE, M.Si
NIP. 19860108 201903 1 007

UIN SUSKA RIAU



Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2024
 Tanggal : 19 Juni 2024

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Diah Sahfitri
 NIM : 12070122849
 Tempat/Tgl. Lahir : Dekanbaru, 25 April 2001
 Fakultas/Pascasajana : EKONOMI Dan ILMU SOSIAL
 Prodi : Manajemen SI

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

Dengaruh Online Customer Review, Gratis Ongkos Kirim Dan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Di E-commerce Shopee pada Masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi /Thesis /Skripsi /Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 19 Juni 2024
 Yang membuat pernyataan

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, GRATIS ONGKOS KIRIM DAN *CASH ON DELIVERY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE SHOPEE* PADA MASYARAKAT KELURAHAN BINAWIDYA KECAMATAN BINAWIDYA KOTA PEKANBARU

DIAH SAHFITRI
12070122849

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online customer review*, gratis ongkos kirim dan *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian. Penelitian dilaksanakan pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif. Sampel berjumlah 96 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *online customer review* (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), gratis ongkos kirim (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y), dan *cash on delivery* (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci : *Online Customer Review* , Gratis Ongkos Kirim, *Cash On Delivery*, Keputusan Pembelian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

The Influence Of Online Customer Reviews, Free Shipping And Cash On Delivery On Purchasing Decisions In The E-Commerce Shopee In The Community Of Binawidya District, Pekanbaru City

DIAH SAHFITRI
12070122849

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of online customer reviews, free shipping and cash on delivery on purchasing decisions. The research was carried out in the community of Binawidya Village, Binawidya District, Pekanbaru City. The type of research used in this research is quantitative. The sample consisted of 96 people using purposive sampling technique. The data analysis method in this research uses multiple linear analysis using the IBM SPSS Statistics 25 application. The results of the research show that the online customer review variable (X1) has a positive and significant influence on purchasing decisions (Y), free shipping (X2) has no effect on purchasing decisions (Y), and cash on delivery (X3) has a positive and significant influence on purchasing decisions (Y).

Keywords: Online Customer Review, Free Shipping, Cash On Delivery, Purchase Decision



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur senantiasa penulis ucapkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Online Customer Review, Gratis Ongkos Kirim Dan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Selanjutnya, shalawat beserta salam tidak lupa penulis hadiahkan kepada Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, sang pembawa syafaat bagi umat islam dihari akhir nanti.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini banyak tantangan dan rintangan, namun berkat doa, bimbingan dan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terutama untuk yang paling tersayang kedua orang tua, Ibu Partin dan Bapak Anhar Rahman yang selalu memberikan dukungan dan doa selama penulis menjalani perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini. Selanjutnya kepada adik-adik tercinta yakni Indra Saputra dan Cahya Keila yang selalu memberikan semangat kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Kamarudin, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Mahmuzar, SH, M.Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dr. Hj, Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Fakhrurozi, SE, MM selaku Sekretaris Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Ermansyah, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membantu, mengarahkan dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
9. Ibu Qomariah L, S.E., M.Si selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Bapak dan Ibu dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya selama proses perkuliahan.

11 Seluruh Staf dan Karyawan jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

12 Kepada seluruh sahabat penulis selama diperkuliahan yang telah kebersamai dan saling meberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

13 Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang tentu saja berjasa dalam membantu penulis menyusun skripsi ini.

Semoga segala bimbingan, arahan, dukungan dan doa yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT, Aamiin.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Sehingga dibutuhkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Demikian skripsi ini disusun diharapkan dapat bermanfaat untuk penulis sendiri dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu`alaikum warrahmatullahi wabarakatuh

Pekanbaru, Me 2024

Penulis

Diah Sahfitri

NIM. 12070122849



DAFTAR ISI

Abstrak	i
Kata Pengantar	iii
Daftar Isivi
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Manajemen Pemasaran	10
2.2 Perilaku Konsumen	11
2.3 Keputusan Pembelian	12
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	13
2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.4 <i>Online Customer Review</i>	15
2.4.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	15
2.4.2 Dimensi <i>Online Customer Review</i>	16
2.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Online Customer Review</i>	17
2.4.4 Indikator <i>Online Customer Review</i>	17
2.5 Gratis Ongkos Kirim	18
2.5.1 Pengertian Gratis Ongkos Kirim	18
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Menentukan Gratis Ongkos Kirim	19
2.5.3 Indikator Gratis Ongkos Kirim	19

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6	<i>Cash On Delivery</i>	20
2.6.1	Pengertian <i>Cash On Delivery</i>	20
2.6.2	Cara Menggunakan <i>Cash On Delivery</i>	21
2.6.3	Indikator <i>Cash On Delivery</i>	22
2.7	Keputusan Pembelian Dalam Islam	22
2.8	Penetian Terdahulu	24
2.9	Variabel Penelitian	27
2.9.1	Variabel Bebas	27
2.9.2	Variabel Terikat	28
2.10	Kerangka Pemikiran	28
2.11	Hipotesis	29
2.12	Definisi Operasional Variabel	32
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.2	Jenis dan Sumber Data	34
3.2.1	Jenis Penelitian.....	34
3.2.2	Sumber Data	34
3.3	Populasi dan Sampel	35
3.3.1	Populasi	35
3.3.2	Sampel	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1	Kuesioner (Angket)	37
3.5	Skala Pengukuran Data	37
3.6	Analisis Data	38
3.6.1	Statistik Deskriptif	38
3.7	Uji Kualitas Data	38
3.7.1	Uji Validitas	39
3.7.2	Uji Reliabilitas	39
3.8	Uji Asumsi Klasik	39



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.8.1 Uji Normalitas	39
3.8.2 Uji Multikolinieritas	40
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	40
3.8.4 Uji Autokorelasi	41
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.10 Uji Hipotesis	42
3.10.1 Uji T (Uji Parsial)	42
3.10.2 Uji F (Uji Simultan)	43
3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	44
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	45
4.1 Gambaran Umum Kota Pekanbaru	45
4.1.1 Sejarah Singkat Kota Pekanbaru	45
4.1.2 Kondisi Geografis Kota Pekanbaru	46
4.2 Gambaran Umum Kecamatan Binawidya	47
4.3 Gambaran Umum Kelurahan Binawidya	48
4.4 Gambaran Umum Perusahaan Shopee	51
4.4.1 Logo Shopee	51
4.4.2 Profil Perusahaan Shopee	52
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	54
5.1 Karakteristik Responden	54
5.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
5.1.2 Responden Berdasarkan Usia	55
5.1.3 Responden Berdasarkan Jensi Pekerjaan.....	55
5.1.4 Responden Berdasarkan Pendapatan	56
5.1.5 Responden Berdasarkan Pembelian	57
5.2 Deskripsi Variabel Penelitian	58
5.2.1 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	58
5.2.2 Variabel <i>Online Customer Review</i> (X1)	59
5.2.3 Variabel Gratis Ongkos Kirim (X2)	61



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.2.4 Variabel <i>Cash On Delivery</i> (X3) ..	62
5.3 Uji Kualitas Data	64
5.3.1 Uji Validitas	64
5.3.2 Uji Reliabilitas	65
5.4 Uji Asumsi Klasik	66
5.4.1 Uji Normalitas	66
5.4.2 Uji Multikolinieritas	67
5.4.3 Uji Heteroskedastisitas	68
5.4.4 Uji Autokorelasi	68
5.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
5.6 Uji Hipotesis	72
5.6.1 Uji T (Uji Parsial)	72
5.6.2 Uji F (Uji Simultan)	74
5.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	75
5.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
5.8.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	76
5.8.2 Pengaruh Gratis Ongkos Kirim (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	77
5.8.3 Pengaruh <i>Cash On Delivery</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	77
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	79
6.1 Kesimpulan	79
6.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84



DAFTAR TABEL

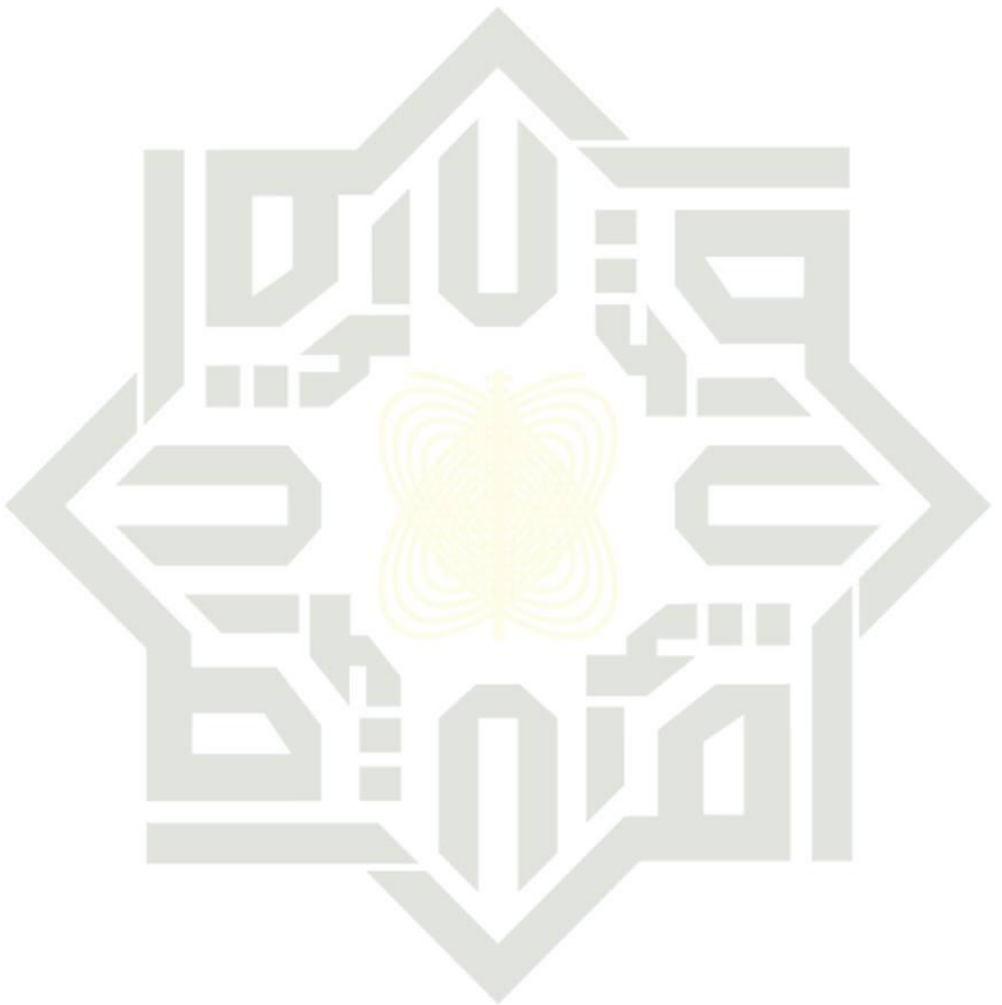
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 2.2 Variabel Operasional.....	32
Tabel 3.1 Skala Likert.....	37
Tabel 3.2 Dasar Pengambilan Keputusan Autokorelasi.....	41
Tabel 4.1 Jumlah RT Dan RW Kelurahan Binawidya.....	50
Tabel 4.2 Sarana Pendidikan.....	51
Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	56
Tabel 5.4 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	56
Tabel 5.5 Responden Berdasarkan Pembelian.....	57
Tabel 5.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 5.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap <i>Online Customer Review</i> (X1).....	60
Tabel 5.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Gratis Ongkos Kirim (X2).....	61
Tabel 5.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap <i>Cash On Delivery</i> (X3).....	63
Tabel 5.10 Rekapitulasi Uji Validitas.....	64
Tabel 5.11 Rekapitulasi Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 5.12 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 5.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
Tabel 5.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68
Tabel 5.15 Hasil Uji Autokorelasi.....	69
Tabel 5.16 Nilai Statistik Durbin-Watson.....	69
Tabel 5.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	70

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau	Tabel 5.18 Hasil Uji T.....	73
	Tabel 5.19 Hasil Uji F.....	74
	Tabel 5.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	75

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Pengguna Platform E-commerce Di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dan Tata Kerja Kelurahan Binawidya.....	50
Gambar 4.2 Logo.....	51



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi saat ini telah mengalami perubahan yang cukup pesat. Munculnya teknologi yang berbasis internet merupakan salah satu tanda dari adanya kemajuan teknologi. Internet bisa diakses oleh semua masyarakat sehingga masyarakat dapat memperoleh berbagai informasi yang mereka inginkan. Internet dapat diakses di berbagai perangkat teknologi seperti *smartphone*, laptop, maupun komputer. Selain memiliki manfaat untuk memperoleh informasi secara online, internet juga dapat dimanfaatkan dalam kegiatan jual beli.

Kegiatan jual beli yang mulanya dilakukan di pasar secara langsung, kini dapat dilakukan melalui jarak jauh bahkan antara penjual dan pembeli tidak perlu bertatap muka lagi. Pasar ini ialah pasar digital yang biasa disebut dengan *e-commerce*. Belanja online saat ini menjadi gaya hidup baru dari masyarakat karena mereka merasa bahwa berbelanja online lebih efektif dan efisien daripada berbelanja offline. Masyarakat menyukai belanja online karena banyak keuntungan yang ditawarkan seperti opsi produk yang beragam dan dapat diperoleh dengan mudah, bisa membandingkan harga, adanya berbagai macam diskon dan tersedianya berbagai opsi metode pembayaran sehingga masyarakat terdorong untuk membuat suatu keputusan pembelian pada situs belanja online yang mereka gemari.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sumber: StatsGood (2023)

Gambar 1.1: Diagram Pengguna Platform E-commerce di Indonesia

Menurut data SimilarWeb, pada Q1 2023 Shopee telah dikunjungi sebanyak 158 juta dan pengunjung pada Q2 sebanyak 167 juta. Sementara Tokopedia telah dikunjungi sebanyak 117 juta pada Q1 dan 107,2 juta pada Q2 di tahun 2023 ini. Shopee masih mempertahankan dominasi di pasar E-commerce Indonesia hingga pertengahan 2023 (**StatsGood, 2023**). Berdasarkan hasil survei diatas menunjukkan bahwa Shopee menjadi *e-commerce* yang paling populer dan diminati oleh masyarakat Indonesia.

Shopee merupakan salah satu platform *e-commerce* yang kerap digunakan masyarakat untuk melakukan aktivitas belanja online. Shopee menyediakan berbagai macam opsi produk mulai dari elektronik, perabotan rumah tangga, produk



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keantikan, perlengkapan bayi, pakaian, aksesoris serta produk-produk lainnya. Berbagai keunggulan dan penawaran menarik yang ditawarkan oleh Shopee membuat konsumen bisa merasakan aktivitas jual beli online yang lebih memuaskan dan efektif. Adapun keunggulan yang ditawarkan seperti tersedianya fitur review sehingga konsumen bisa melihat reviews dari konsumen lainnya tentang produk dan layanan yang diberikan di toko online tersebut. Selain itu Shopee juga kerap memberikan promo gratis ongkos kirim dengan berbagai metode pembayaran yang terjamin keamanannya.

Berdasarkan hasil survei awal yang telah peneliti lakukan terhadap 20 orang masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya, diketahui bahwa sebagian besar responden mengatakan bahwa dirinya akan membeli barang tersebut jika review nya bagus dan bisa mendapatkan gratis ongkos kirim. Sebagian dari responden seperti ibu-ibu akan memilih metode pembayaran tunai yakni *cash on delivery*, sedangkan untuk responden yang masih berusia muda juga menggunakan COD namun mereka juga memakai metode pembayaran non-tunai lainnya.

Ketika konsumen melihat adanya reviews yang bagus terhadap suatu barang, adanya gratis ongkos kirim dan dapat dibayar dengan berbagai metode pembayaran maka konsumen tersebut akan terdorong untuk melakukan aktivitas pembelian. Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen untuk memenuhi kebutuhannya dengan cara membandingkan beberapa opsi produk kemudian memilih produk mana yang sesuai. Berbagai keuntungan ditawarkan Shopee agar bisa menarik minat beli dari konsumen maupun calon konsumen lainnya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Shopee menyediakan fitur *online customer review* yang dapat digunakan untuk menulis komentar secara online mengenai produk dan layanan toko. Konsumen yang sebelumnya telah membeli dan menggunakan barang tersebut akan membagikan komentarnya pada kolom review yang telah disediakan Shopee. Semakin bagus reviews yang diberikan terhadap suatu produk, maka dapat mendorong minat beli konsumen lainnya. Dalam penelitian **Zusmawati dan Rani (2023)**, dinyatakan bahwa *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Shopee di kota Pariaman. Adapun perbedaan penelitian ini terdapat pada objek penelitian terdahulu yaitu masyarakat kota Pariaman sedangkan pada penelitian ini masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru. Penelitian terdahulu menggunakan teknik accidental sampling sedangkan penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Adapun persamaannya ialah menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Shopee memberikan gratis ongkos kirim agar konsumen tidak perlu menambah biaya untuk pengiriman produk. Ketika konsumen mengetahui bahwa mereka akan mendapatkan keuntungan dengan adanya gratis ongkos kirim maka mereka akan lebih tertarik untuk membeli produk tersebut. Dalam penelitian **Istiqomah dan Marlina (2020)**, dinyatakan bahwa gratis ongkos kirim berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Adapun perbedaan penelitian terdapat pada objek penelitiannya dimana pada penelitian terdahulu ialah seluruh pengguna Shopee sedangkan penelitian ini hanya pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru. Selain itu, sampel pada penelitian terdahulu berjumlah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

21 responden sedangkan dalam penelitian ini hanya berjumlah 96. Persamaan dalam penelitian ini ialah menggunakan metode kuantitatif dan analisis regresi linear berganda.

Shopee juga menawarkan berbagai metode pembayaran yang sudah terjamin keamanannya, salah satunya yakni *cash on delivery*. Dengan menggunakan metode pembayaran ini, masyarakat merasa lebih percaya untuk berbelanja online karena barang akan dibayar saat sampai dialamat tujuan. Dalam penelitian **Hamdi, Wardani, dan Zukarnaen (2024)**, dinyatakan bahwa *cash on delivery* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee. Adapun perbedaan penelitian terdapat pada objek penelitian, dimana objek penelitian terdahulu yaitu Mahasiswa STIE AMM Mataram. Perbedaan selanjutnya terletak pada jumlah responden, dimana responden penelitian terdahulu berjumlah 60 orang sedangkan dalam penelitian ini berjumlah 96. Jenis penelitian terdahulu menggunakan asosiatif (data kuantitatif dan kualitatif), sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif. Persamaannya terletak pada metode analisis yang digunakan yakni analisis regresi linear berganda.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang juga mengkaji faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada e-commerce Shopee. Diantaranya ialah penelitian yang dilakukan oleh **Damayanti dan Damayanti (2024)**, yang menyatakan bahwa *online customer review* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian **Alfitroch, Farida, dan Rahman (2022)**, menyatakan bahwa gratis ongkos kirim berpengaruh negatif terhadap



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian **Titasari, Basalamah, dan Ramadhan (2023)**, menyatakan bahwa COD tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti jabarkan, masih terdapat pro dan kontra diantara penelitian terdahulu yang serupa sehingga perlu dikaji ulang dan perlu dilakukan suatu pembaharuan dari penelitian - penelitian yang sudah ada. peneliti ingin melakukan penelitian ini dengan alasan untuk mengetahui seberapa besar “**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, GRATIS ONGKOS KIRIM, DAN CASH ON DELIVERY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-COMMERCE SHOPEE PADA MASYARAKAT KELURAHAN BINAWIDYA KECAMATAN BINAWIDYA KOTA PEKANBARU**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah peneliti jabarkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru ?
2. Apakah gratis ongkos kirim berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru ?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu massa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Apakah *cash on delivery* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru ?

4. Apakah *online customer review*, gratis ongkos kirim dan *cash on delivery* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui pengaruh gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru .
3. Untuk mengetahui pengaruh *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru .
4. Untuk Mengetahui pengaruh *online customer review*, gratis ongkos kirim dan *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru .



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini menjelaskan tentang apa itu *online customer review*, gratis ongkos kirim dan *cash on delivery* serta keputusan pembelian, sehingga diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai *online customer review*, gratis ongkos kirim dan *cash on delivery* serta keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran untuk digunakan sebagai bahan masukan dan saran terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja online.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini bisa dijadikan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya akan melakukan penelitian serupa, khususnya dalam masalah pengaruh *online customer review*, gratis ongkos kirim dan *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian di e-commerce Shopee.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

BAB ini akan menjabarkan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bab ini berisi landasan teori yang relevan dari setiap variabel penelitian. Bab ini juga akan menguraikan penelitian terdahulu yang relevan, variabel penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis, dan definisi operasional dari setiap variabel penelitian..

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas tentang metode penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan dan analisa data, serta uji kualitas data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Bab ini akan memberikan gambaran umum mengenai tempat penelitian dan juga gambaran umum perusahaan.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menyajikan hasil penelitian serta pembahasannya.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi bagian penutup berupa kesimpulan dan saran.



BAB II

Tinjauan Pustaka

2.1 Manajemen Pemasaran

Menurut **Ngatno (2018)**, pemasaran merupakan kegiatan keseluruhan dari suatu usaha mulai dari perencanaan, penentuan harga, promosi, dan pendistribusian barang yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Tujuan dari pemasaran ialah mencari tau dan berusaha memahami apa yang konsumen butuhkan sehingga barang yang tercipta sesuai dan dapat terjual dengan sendirinya. Idealnya suatu barang dalam kegiatan pemasaran harus menghasilkan seorang pelanggan yang mau membelinya (**Firmansyah, 2019**).

Banyak orang yang menganggap bahwa kegiatan pemasaran sama dengan kegiatan menjual suatu produk. Namun hal tersebut tentu tidak benar, karena penjualan merupakan salah satu dari kegiatan yang ada dalam pemasaran. Pemasaran ialah keseluruhan dari kegiatan yang ada dalam suatu usaha termasuk didalamnya kegiatan menjual sebuah produk. Pemasaran dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Manajemen pemasaran merupakan proses analisa, perencanaan, implementasi dan pengendalian terhadap kegiatan yang telah dirancang agar mendapatkan hasil yang sesuai dan dapat mencapai tujuan perusahaan. Adapun tujuan perusahaan ialah menghasilkan laba yang terus meningkat. Untuk mencapai tujuan tersebut, setiap perusahaan mempunyai cara yang berbeda-beda (**Hamdat et al. 2021**).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Manajemen pemasaran menjadi salah satu faktor penting dalam perusahaan. Manajemen pemasaran juga sering disebut sebagai garda terdepan, karena dengan adanya manajemen pemasaran yang tepat akan membuat perusahaan menjadi sukses. Dengan adanya manajemen pemasaran yang bagus, perusahaan akan lebih tepat dalam melangkah dan menjalankan usahanya sehingga perusahaan dapat merasakan manfaatnya dalam jangka waktu yang panjang (**Arianto, 2023**).

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan kegiatan menganalisa, merencanakan, dan mengimplementasikan serta melakukan pengendalian terhadap seluruh kegiatan perusahaan agar tujuan dapat tercapai. Adapun tujuan perusahaan ialah mendapatkan laba yang akan terus meningkat sehingga bisnis yang dijalankan dapat terus berkembang. Manajemen pemasaran merupakan faktor penting dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan. Sehingga perusahaan yang memiliki manajemen pemasaran yang tepat akan merasakan manfaatnya.

2.2 Perilaku Konsumen

Menurut **Putri Nugraha et al. (2021)**, dijelaskan bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya. Selain itu Perilaku konsumen juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang terlibat dengan mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan barang, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan dan tindakan berikutnya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan pembelian suatu barang yang dilakukan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Perilaku konsumen merupakan sesuatu yang mendasari seorang konsumen untuk membuat suatu keputusan dalam pembelian barang. Sebagai seorang konsumen, tentu tidak ingin salah dalam melakukan pembelian barang. Oleh karena itu, perilaku konsumen sangat diperlukan untuk mencari atau memilih, baru kemudian melakukan pembelian terhadap barang tersebut hingga akhirnya dapat dipakai.

Landasan yang kuat dan tujuan utama dari suatu bisnis ialah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Jika bisnis tersebut mampu mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumennya, maka bisnis dapat terus bertahan dan mencapai laba yang diharapkan. Oleh karena itu, setiap bisnis harus mempelajari perilaku konsumen dengan baik agar dapat menarik minat konsumen dan dapat lebih unggul dari pesaingnya.

2.3 Keputusan Pembelian

2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut **Hawari dan Harahap (2023)**, keputusan pembelian termasuk dalam perilaku konsumen yakni studi mengenai bagaimana seorang konsumen memilih, membeli, dan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen untuk membentuk referensi diantara merek-merek dalam keompok pilihan dan membeli produk yang paling disukai (**Hamdi, Wardani, dan Zukarnaen, 2024**). Keputusan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembelian merupakan proses evaluasi yang dilakukan oleh calon kosnumen untuk mengkombinasikan pengetahuan yang dimiliki terhadap dua atau lebih alternatif produk dan memilih salah satu di antaranya (**Rachmad, 2023**).

Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian termasuk dalam perilaku konsumen sebagai bentuk pemilihan atau pertimbangan dalam pembelian barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan kenginannya. Pada keputusan pembelian, konsumen akan dihadapkan pada dua atau lebih opsi produk yang ditawarkan. Konsumen harus membandingkan dan mempertimbangkan produk mana yang paling sesuai dan menguntungkan baginya. Setelah keputusan dibuat, konsumen akan melakukan pembelian agar dapat mengkonsumsi produk tersebut. Terdapat Lima tahap proses pengambilan keputusan pembelian menurut (**Ardialis dan Hayani, 2022**). Pertama mengidentifikasi masalah. Kedua, mencari data. Ketiga, penilaian pilihan. Kelima, Perilaku Pasca Pembelian

2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut **Hawari dan Harahap (2023)**, ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yakni:

- 1. Faktor Budaya, setiap wilayah memiliki budaya yang berbeda-beda sehingga budaya menjadi faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh seorang konsumen.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Faktor Sosial, lingkungan sosial menjadi tempat dimana konsumen hidup dan beradaptasi. Lingkungan ini mencakup keluarga, kelompok acuan, serta peran dan status sosialnya.
3. Faktor Pribadi, faktor ini berasal dari kepribadian dan konsep diri konsumen mengenai gaya hidupnya.
4. Faktor Psikologis, faktor ini dapat berupa motivasi, persepsi, pembelajaran dan kepercayaan yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian

Dalam **Alfitroch, Farida, dan Rahman (2022)**, adapun indikator dari keputusan pembelian ialah sebagai berikut:

1. Pemilihan produk

Konsumen dapat memilih berbagai produk yang dianggap sesuai dengan kebutuhan dan kenginannya.

2. Pemilihan Merek

Konsumen bisa memilih merek-merek yang mereka gemari karena e-commerce menyediakan produk dari berbagai macam merek.

3. Jumlah Pembelian

E-commerce sudah menyediakan berbagai macam produk dengan jumlah yang banyak sehingga konsumen bisa menentukan berapa banyak produk yang akan dibeli.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Metode pembayaran

Konsumen dapat memilih metode pembayaran apa yang akan digunakannya, bisa dilakukan dengan tunai maupun cicilan.

2.4 Online Customer Review

2.4.1 Pengertian Online Customer Review

Online customer review merupakan komentar konsumen mengenai pengalaman produk yang telah mereka dapatkan setelah membeli suatu barang dan dapat dijadikan acuan bagi calon konsumen lainnya (**Zusmawati dan Rani, 2023**). *Online customer review* memungkinkan konsumen untuk melihat komentar dari konsumen lainnya tentang produk dan layanan perusahaan (**Damayanti dan Damayanti, 2024**).

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *online customer review* merupakan fitur yang disediakan Shopee berupa kolom komentar yang dapat digunakan oleh setiap konsumen untuk memberikan gambaran mengenai produk dan layanan yang diberikan oleh online shop tempat mereka membeli barang. Konsumen yang sebelumnya telah melakukan pembelian akan membagikan pengalamannya kepada calon konsumen lainnya. Dengan demikian, semakin banyak reviews positif dari suatu barang maka dapat mempengaruhi minat pembelian terhadap calon konsumen lainnya.

Namun tak jarang ditemui komentar-komentar negatif terhadap suatu barang yang tentu saja akan mempengaruhi persepsi konsumen untuk membelinya. Toko online harus bisa mengatasi masalah ini dengan menghubungi pelanggan dan mencari tahu kekurangan produknya. Reviews negatif ini harus segera diatasi agar tidak



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempengaruhi persepsi calon konsumen lainnya dalam melakukan pembelian terhadap barang tersebut.

2.4.2 Dimensi *Online Customer Review*

Menurut **Sari (2021)** *Online Customer Review* terbentuk dari 6 dimensi, yakni :

1. *Usefulness of online review*

Hal ini merupakan sejauh mana komentar-komentar yang diberikan dapat memudahkan proses pengambilan keputusan pembelian bagi calon konsumen lainnya.

2. *Reviewer expertise*

Konsumen yang menuliskan atau memberikan informasi yang dapat mengundang banyak calon konsumen lainnya untuk membahas produk tersebut.

3. *Timeliness of online review*

Konsumen akan mencari informasi terkini dan yang akan menjadi perhatian adalah review-review yang lebih terkini.

4. *Volume of online review*

Banyaknya komentar-komentar dan testimoni dari konsumen merupakan hal yang penting, karena memiliki perbedaan yang beragam dalam menilai sebuah komentar.

5. *Valence of online review*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pemberian komentar baik itu positif maupun negatif dari konsumen yang telah melakukan pembelian, hal ini bergantung dengan apa yang mereka dapatkan saat membeli suatu produk.

6. *Comprehensiveness of online review*

Kelengkapan dan detail dari suatu komentar sangatlah beragam. Kelengkapan menjadi faktor kunci konsumen dalam memberikan keputusan pembelian.

2.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Online Customer Review*

Menurut **Sari (2021)**, adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *online customer review* terhadap keputusan pembelian ialah sebagai berikut :

1. Keputusan dalam melakukan pembelian suatu produk
2. Isi komentar dari konsumen terdahulu yang mampu memberikan pengaruh dalam pemilihan produk saat berbelanja online.
3. Kesesuaian informasi produk atas pengetahuan konsumen.
4. Kesesuaian komentar yang diberikan oleh sesama konsumen.
5. Penilaian produk yang diberikan konsumen pasca pembelian.
6. Pertimbangan komentar terkini yang diberikan konsumen terhadap suatu produk.

2.4.4 Indikator *Online Customer Review*

Adapun indikator dari *online customer review* menurut **Damayanti dan Damayanti (2024)** ialah sebagai berikut:

Kesadaran akan sebuah fitur.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Frekuensi.
- d. Perbandingan dengan suatu produk lain.
- e. Pengaruh pemilihan suatu produk.

2.5 Gratis Ongkos Kirim

2.5.1 Pengertian Gratis Ongkos Kirim

Gratis ongkos kirim merupakan strategi pemasaran Shopee yang berfungsi sebagai pemberi informasi, membujuk dan berusaha mempengaruhi persepsi konsumen sehingga muncul aksi pembelian terhadap suatu barang (**Istiqomah dan Marlana, 2020**). Gratis ongkos kirim merupakan promo yang ditawarkan pengelola online shop berupa bebas ongkos kirim untuk menarik pembeli (**Marpaung dan Lubis, 2022**). Dengan adanya promo gratis ongkos kirim ini dapat membantu konsumen yang merasa keberatan dengan total harga yang dibebankan melalui potongan biaya pengiriman. Konsumen dapat memperoleh gratis ongkos kirim apabila transaksinya telah melebihi ketentuan.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa gratis ongkos kirim diberikan oleh Shopee agar dapat membujuk dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Konsumen yang awalnya keberatan dengan total yang dibebankan akan berubah pikiran jika mengetahui mendapatkan keuntungan dari adanya gratis ongkos pengiriman. Saat ini, konsumen bisa mendapatkan gratis ongkos kirim sebesar Rp40.000.00 jika sudah memenuhi batas transaksi.

Tidak jarang konsumen mendapati biaya pengiriman lebih besar dibanding dengan harga produk yang ingin dibeli. Hal tersebut tentu membuat konsumen akan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

berpikir ulang untuk melakukan pembelian. Oleh sebab itu, dengan hadirnya penawaran gratis ongkos kirim ini berarti konsumen tidak perlu menambah biaya lagi untuk pengiriman barang. Penawaran ini sangat menarik bagi konsumen yang gemar berbelanja online bahkan bagi calon konsumen yang akan melakukan pembelian online.

2.5.2 Faktor-Faktor Yang Menentukan Gratis Ongkos Kirim

Menurut **Restyawati (2024)**, terdapat beberapa faktor yang dapat menentukan gratis ongkos kirim yakni :

1. Jarak, jarak antar toko dengan lokasi pengiriman barang akan menentukan ongkos kirim. Semakin jauh jarak pengiriman maka biaya pengiriman semakin mahal.
2. Berat, berat produk digunakan untuk menentukan seberapa besar ongkos pengirimannya.
3. Jasa Kirim, Shopee menyediakan berbagai opsi jasa pengiriman. Jasa kirim yang didukung Shopee adalah layanan jasa kirim yang terintegrasi dengan sistem Shopee. Shopee menyediakan pengiriman pesanan dengan pick-up atau antar ke counter.

Berikut keunggulan dari jasa kirim yang didukung Shopee:

- a. Status pengiriman dapat dilacak di aplikasi Shopee
- b. Dapat melihat ongkos kirim dan total biaya yang dibebankan
- c. Perhitungan ongkir berdasarkan berat produk dan jarak pengiriman

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5.3 Indikator Gratis Ongkos Kirim

Dalam **Alfitroch, Farida, dan Rahman (2022)**, adapun indikator dari gratis ongkos kirim yakni

- a. Memiliki daya tarik
- b. Membangkitkan keinginan untuk membeli
- c. Mendorong konsumen untuk melakukan pembelian

2.6 Cash On Delivery

2.6.1 Pengertian Cash On Delivery

Cash on delivery merupakan metode pembayaran yang dilakukan secara tunai saat barang telah diterima oleh konsumen. Metode pembayaran ini menjamin produk sampai ke alamat dengan aman sehingga dapat membantu konsumen pemula yang ingin berbelanja online (**Mayangsari dan Aminah, 2022**). COD merupakan metode pembayaran dimana konsumen akan membayar tunai saat kurir telah mengantarkan barang (**Simatupang et al., 2023**). *Cash on Delivery* merupakan metode pembayaran dimana konsumen membayar produk secara tunai saat barang telah sampai di alamat. Metode pembayaran ini menjadi alternatif pembayaran saat berbelanja online karena dianggap lebih aman dan nyaman serta pengiriman barang sudah terjamin (**Zuhada et al., 2023**).

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *cash on delivery* atau yang biasa dikenal dengan COD merupakan jenis metode pembayaran secara tunai, dimana konsumen membayar setelah barang sampai dilokasi dan diterima oleh konsumen. Metode pembayaran COD sudah tidak asing ditelinga masyarakat yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

gehar berbelanja online karena selain dianggap lebih nyaman dan aman, metode pembayaran ini juga menawarkan promo-promo yang tidak kalah dengan metode pembayaran non-tunai lainnya. Hadirnya metode pembayaran *Cash on delivery* dapat mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi meskipun tidak memiliki rekening ataupun kartu kredit serta bagi konsumen yang tidak berdekatan dengan Alfamart atau Indomaret dan gerai lainnya yang telah bekerjasama dengan Shopee.

Metode pembayaran ini memiliki beberapa keunggulan yakni mudah dan efektif, menyediakan *return*, dapat meminimalisir kecurangan (**Handayani, Khairunisa, dan Mur, 2022**). Namun, *Cash on delivery* juga memiliki kekurangan seperti banyak terjadinya kasus yang merugikan pihak kurir. Konsumen membatalkan pesanan saat COD sedang berjalan sehingga kurir tidak menerima uang tunai yang sebelumnya telah disepakati (**Simatupang et al., 2023**). Kasus selanjutnya ialah ketika barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang konsumen harapkan, maka konsumen yang kurang mengerti berbelanja online tidak mau membayar kepada kurir. Seharusnya mereka membayar terlebih dahulu kemudian menghubungi *online store* dimana mereka melakukan pemesanan barang untuk meminta return dana maupun barang.

2.2 Cara Menggunakan *Cash On Delivery*

Untuk menggunakan metode pembayaran *Cash on delivery* sangatlah mudah bahkan bagi pengguna awal yang baru pertama kali melakukan pembelian secara online. Langkah pertama yang harus dilakukan ialah dengan membuka aplikasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Shopee dan memilih produk yang akan dibeli. Kemudian klik ikon keranjang dan pilih variasi serta jumlah barang yang diinginkan. Selanjutnya konfirmasi pesanan dan pada halaman checkout pastikan semua data atau alamat pengiriman benar. Langkah selanjutnya ialah memilih metode pembayaran dengan menggunakan COD. Setelah itu klik konfirmasi, dan pesanan pun selesai. Konsumen harus menunggu barang pesannya sampai. Langkah terakhirnya ialah melakukan pembayaran kepada kurir saat barang telah diterima.

2.6.3 Indikator *Cash On Delivery*

Dalam **Zusmawati dan Rani (2023)**, adapun indikator dari *Cash on delivery* yakni:

- a. Keamanan pembayaran karena dilakukan secara tunai sehingga dapat meminimalisir resiko belanja online
- b. Privasi data yang terjaga
- c. Kepercayaan konsumen menjadi semakin meningkat

2.7 Keputusan Pembelian Dalam Islam

Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang dalam memilih dua atau lebih produk yang ditawarkan. Manusia akan memilih, kemudian melakukan pembelian dan menggunakan barang atau jasa untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Proses pengambilan keputusan dalam islam diterangkan oleh beberapa ayat al-Qur'an yang bersifat umum yang berarti dapat diterapkan disegala aktivitas.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keseimbangan menjadi faktor yang sangat ditekankan untuk pengambilan keputusan dalam islam.

Allah SWT telah berfirman dalam QS.Al Furqan:67, yang berbunyi:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya : “dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.(QS. Al Furqan:67)

Dalam surah diatas dijelaskan bahwa dalam setiap pengambilan keputusan haruslah seimbang. Maksud dari seimbang ialah melakukan pembelian yang sesuai dengan kebutuhan saja tidak secara berlebih-lebihan.

Keputusan pembelian yang dilakukan seseorang muncul karena adanya faktor kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan terkait dengan segala sesuatu yang harus segera dipenuhi, sedangkan keinginan terkait dengan hasrat ingin memiliki sesuatu. Islam tidak melarang seseorang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya selama masih dalam batas yang wajar. Semua yang telah Allah ciptakan dimuka bumi ini untuk kepentingan manusia, akan tetapi manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi segala sesuatu yang halal dan baik secara wajar.

Dari penjelasan tersebut, dapat diambil kesimpulan meskipun Shopee memberikan berbagai kemudahan seperti adanya fitur *Online Customer Review*, dan berbagai metode pembayaran termasuk diantaranya *Cash On Delivery* serta penawaran berbagai promo seperti Gratis Ongkos Kirim, seorang konsumen tetap



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

harus melakukan pembelian yang wajar dan tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan diperbolehkan selama kegiatan itu mampu mendatangkan masalah dan mampu menghindari mudharat. Sehingga jelas bahwa dalam mengambil sebuah keputusan pembelian haruslah sesuai dengan syariat islam yakni tidak boleh berbelanja secara berlebihan.

2.8 Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang penulis jadikan sebagai acuan untuk dapat melihat seberapa besar pengaruh hubungan antara variabel-variabel penelitian dengan penelitian yang lainnya.

Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Aurelia Augusta Damayanti, Dila Damayanti (2024) Journal of Trends Economics and Accounting Research Vol 4, No 3, March 2024 ISSN 2745-7710 DOI 10.47065/jtear.v4i3.1132	Pengaruh Diskon, Gratis Ongkos Kirim, Cash On Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee	Independent - Diskon - Gratis Ongkos Kirim - Cash On Delivery - Online Customer Review Dependent - Keputusan Pembelian	Diskon, gratis ongkos kirim, dan cash on delivery mempunyai pengaruh positif dan signifikansi akan keputusan pembelian. Online customer reviews tidak mempunyai pengaruh signifikansi akan keputusan pembelian.
2.	Nizar Hamdi, Rosyia	Pengaruh Pembayaran Cash	Independent - COD	COD, Gratis Ongkos Kirim, dan Flash Sale

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

<p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p>	<p>Wardani, Zulkarnaen (2024)</p> <p>Jurnal Ganec Swara Vol. 18, No.1, Maret 2024 ISSN 1978-0125 (Print); ISSN 2615-8116 (Online)</p>	<p>On Delivery (COD), Gratis Ongkos Kirim, Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di STIE AMM Mataram)</p>	<p>- Gratis Ongkos Kirim - Flash Sale</p> <p>Dependent - Keputusan Pembelian</p>	<p>secara simultan berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee</p>
<p>3.</p>	<p>Bayu Yohan Saputra, Taufik Bustami (2024)</p> <p>Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS) e-ISSN 2721-5415</p>	<p>Pengaruh Harga Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee</p>	<p>Independent - Harga - Promo Gratis Ongkos Kirim</p> <p>Dependent - Keputusan Pembelian</p>	<p>Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Promo gratis ongkos kirim berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga dan promo gratis ongkos kirim secara bersama sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.</p>
<p>4.</p>	<p>Silvia Titasari. M. Rindwan Basalamah, Tri Sugiarti Ramadhan (2023)</p> <p>e – Jurnal Riset Manajemen website : http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm (email :adm_mjnfeb@unisma.ac.id)</p>	<p>Pengaruh Pembayaran Cash On Delivery (COD), Harga Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISMA)</p>	<p>Independent - Cash On Delivery - Harga - Kualitas Produk</p> <p>Dependent - Keputusan Pembelian</p>	<p>COD tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Cash On Delivery, Harga Produk, Dan Kualitas Produk secara bersama sama berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian</p>

State Islamic University of Sultan Syarif Kasir



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.	<p>Nabila Adillati Azka (2023)</p> <p>Jurnal Visi Manajemen Vol.9, No.2 Me 2023 e-ISSN: 2528-2212; p-ISSN: 2303-3339,</p>	<p>Pengaruh Brand Ambassador, Layanan Cash On Delivery, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Situs Shopee Generasi Z Di Kota Surakarta</p>	<p>Independent</p> <ul style="list-style-type: none"> - Brand Ambassador - COD - Online Costumer Review <p>Dependent</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keputusan Pembelian 	<p>Brand Ambassador, Layanan Cash On Delivery, Dan Online Customer Review tidak berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Situs Shopee Generasi Z Di Kota Surakarta</p>
6.	<p>Yusliani, Erfan Robyardi, Nurkadina Novalia (2023)</p> <p>INNOVATIVE : Journal Of Social Science Research Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246</p>	<p>Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Palembang)</p>	<p>Independent</p> <ul style="list-style-type: none"> - Online Customer Review - Online Customer Rating <p>Dependent</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keputusan Pembelian 	<p>Online Customer Review Dan Online Customer Rating berpengaruh terhadap keputusan pembelian.</p>
7.	<p>Zusmawati, Ade Rani (2023)</p> <p>Volume 4 Issue 1 (2023) Pages 587 - 596 Economics and Digital Business Review ISSN : 2614-851X (Online)</p>	<p>Pengaruh Layanan Cash On Delivery (COD) Dan Online Costumer Review (OCR) Terhadap Keputusan Pembelian Pada (E-Commerce) Shopee di Kota Pariaman</p>	<p>Independent</p> <ul style="list-style-type: none"> - COD - Online Costumer Review (OCR) <p>Dependent</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keputusan Pembelian 	<p>COD berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Online Costumer Review berpengaruh terhadap keputusan pembelian. COD dan online costumer review berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada (E-commerce) shopee di Kota</p>

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu massa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8	<p>Ulfi Ansyah Alfitroch, Eka Farida, Fahrurrozi Rahman (2022)</p> <p>e-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma</p>	<p>Pengaruh Iklan, Promo Gratis Ongkos Kirim, Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Belanja Online (Studi Kasus pada Warga RT 8 Kelurahan Karangbesuki Kota Malang)</p>	<p>Independent</p> <ul style="list-style-type: none"> - Iklan - Promo Gratis - Ongkos Kirim - Diskon <p>Dependent</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keputusan Pembelian 	<p>Pariaman.</p> <p>Iklan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Gratis ongkos kirim berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Diskon berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Iklan, promo gratis ongkos kirim, dan diskon berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.</p>
9.	<p>Eva Ririn Andriani, Agung Pujianto, Sri Andayani (2022)</p> <p>file:///D:/SKRI PSI/cod,%20gr ats%20riwiw/C OD%20--.pdf</p>	<p>Pengaruh Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir Dan Review Pembeli terhadap Minat Beli Baju Di Lazada</p>	<p>Independent</p> <ul style="list-style-type: none"> - COD - Gratis Ongkir - Review Pembeli <p>Dependent</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keputusan Pembelian 	<p>COD tidak berpengaruh terhadap minat beli. Gratis ongkir dan review pembeli berpengaruh positif terhadap minat beli.</p>
10	<p>Mira Istiqomah, Novi Marlana (2020)</p> <p>http://journal.fe.b.unmu.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN</p>	<p>Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion</p>	<p>Independent</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gratis ongkos kirim - Online customer rating <p>Dependent</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keputusan Pembelian 	<p>Gratis ongkos kirim berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Online customer rating berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Promo gratis ongkos kirim dan Online customer rating secara simultan berpengaruh terhadap keputusan</p>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			pembelian.
--	--	--	------------

2.9 Variabel Penelitian

2.9.1 Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Menurut Sugiyono (2016), Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau penyebab timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini *Online Customer Review* (X1), *Gratis Ongkos Kirim* (X2) dan *Cash On Delivery* (X3) merupakan variabel bebas.

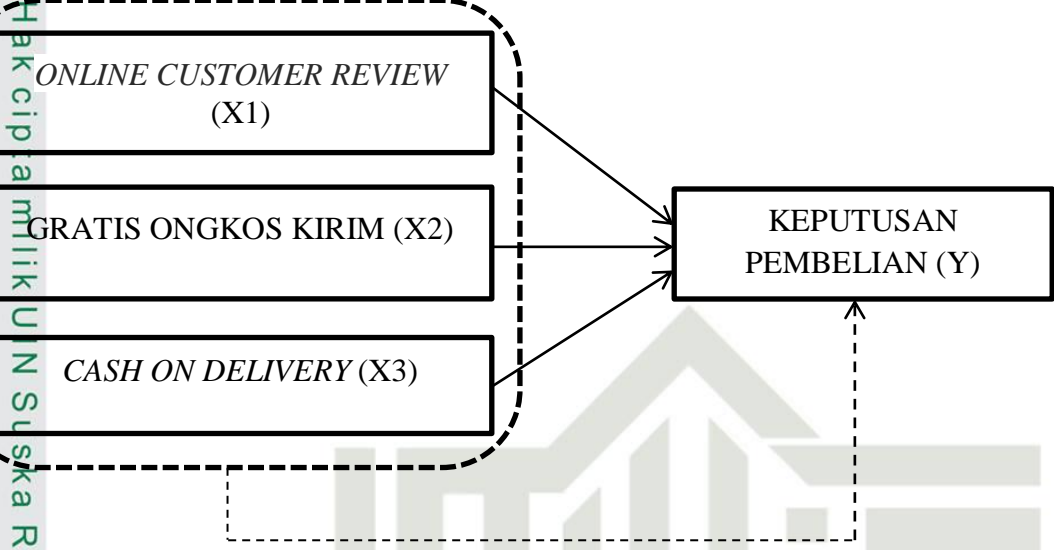
2.9.2 Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini Keputusan Pembelian (Y) merupakan variabel terikat

2.10 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian dan landasan teori yang sudah peneliti jabarkan, pada penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu *Online Customer Review* (X1), *Gratis Ongkos Kirim* (X2), dan *Cash On Delivery* (X3) dan satu variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Variabel-variabel tersebut dianalisa dan memunculkan empat hipotesis yang nantinya akan diuji dengan statistik. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Pengaruh *Online Customer Review* (X1), *Gratis Ongkos Kirim* (X2), dan *Cash On Delivery* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) (Sumber:Zusmawati dan Rani (2023) dan Hamdi, Wardani, dan Zulkarnaen (2024)).

Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- = Pengaruh secara parsial
- - - - -> = Pengaruh secara simultan

2.1 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang dibuat berdasarkan rumusan masalah yang ada dalam penelitian dan dinyatakan dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono, 2016). Hipotesis dikatakan sementara karena belum didasarkan pada fakta empiris hasil dari pengumpulan data melainkan baru berdasarkan teori yang relevan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hipotesis penelitian dibuat sebagai pedoman dalam menentukan langkah selanjutnya agar bisa membuat suatu kesimpulan terhadap penelitian yang sedang dilakukan.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Online Customer Review* (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Online customer review disediakan shopee agar konsumen bisa membagikan komentarnya mengenai pengalaman produk yang telah dibelinya. Komentar tersebut dapat dijadikan acuan bagi calon konsumen lainnya yang ingin membeli barang tersebut. Semakin bagus reviews dari suatu barang maka dapat mempengaruhi persepsi konsumen lainnya untuk melakukan aksi pembelian.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh **Yusliani, Robyardi, dan Novalia (2023)**, yang menyatakan bahwa *online customer review* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fitur *online customer review* ini memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian, karena dengan adanya komentar positif dari konsumen yang telah membeli barang tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian calon konsumen lainnya. Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah :

H1 : Diduga *Online Customer Review* Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Di E-commerce Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

2. Pengaruh Gratis Ongkos Kirim (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Gratis ongkos kirim merupakan potongan biaya pengiriman yang diberikan oleh Shopee. Dengan hadirnya gratis ongkos kirim dapat membuat konsumen



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

semakin tertarik untuk melakukan pembelian karena merasa mendapatkan keuntungan melalui potongan pengiriman. Pelanggan yang mulanya merasa keberatan dengan total biaya yang dibebankan akan berfikir ulang untuk membeli jika ia mendapatkan gratis ongkos kirim ini. Gratis ongkos kirim memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh **Hamdi, Wardani, dan Zulkarnaen (2024)**, yang menyatakan bahwa gratis ongkos kirim berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2 : Diduga Gratis Ongkos Kirim Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Di E-commerce Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

3. Pengaruh *Cash On Delivery* (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Metode pembayaran *Cash on delivery* merupakan alternatif pembayaran tunai, dimana konsumen dapat membayar setelah barang yang dipesan sampai dan diterima oleh si konsumen. Metode pembayaran ini dianggap nyaman dan aman serta menawarkan promo yang menarik sama halnya dengan metode pembayaran online lainnya. Adanya berbagai kemudahan yang dirasakan konsumen dengan menggunakan metode pembayaran ini dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian online. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh **Zusmawati dan Rani (2023)**, yang menyatakan bahwa COD berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H3 : Diduga *Cash On Delivery* Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Di E-commerce Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru

4. Pengaruh *Online Customer Review* (X1), *Gratis Ongkos Kirim* (X2), dan *Cash On Delivery* (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh **Zusmawati dan Rani (2023)**, menyatakan bahwa *Cash On Delivery* dan *Online Customer Review* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu pada penelitian **Hamdi, Wardani, dan Zulkarnaen (2024)**, menyatakan bahwa *Cash On Delivery* dan *Gratis Ongkos Kirim* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adapun hipotesis dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

H4 : Diduga *Online Customer Review*, *Gratis Ongkos Kirim* dan *Cash On Delivery* Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-commerce Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

2.1.2 Definisi Operasional Variabel

Tabel 2.2: Variabel Operasional

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan perilaku seorang konsumen dalam memilih, membeli, dan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan	Indikator keputusan pembelian ialah: 1. Pemilihan produk 2. Pemilihan Merek 3. Jumlah Pembelian 4. Metode pembayaran	Likert



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	kenginannya (Hawari dan Harahap, 2023).	(Alfitroch, Farida, dan Rahman, 2022).	
Online Customer Review (X1)	Online customer review merupakan komentar konsumen mengenai pengalaman produk yang telah mereka dapatkan setelah membeli suatu barang dan dapat dijadikan acuan bagi calon konsumen lainnya (Zusmawati dan Rani, 2023)	Indikator <i>Online Customer Review</i> : 1. Kesadaran sebuah fitur. 2. Frekuensi. 3. Perbandingan dengan produk lain. 4. Pengaruh pemilihan suatu produk. (Damayanti dan Damayanti, 2024)	Likert
Gratis Ongkos Kirim (X2)	Gratis ongkos kirim merupakan promo yang ditawarkan pengelola online shop berupa bebas ongkos kirim untuk menarik pembeli (Marpaung dan Lubis, 2022)	Indikator gratis ongkos kirim yakni 1. Memiliki daya tarik 2. Membangkitkan kenginan untuk membeli 3. Mendorong konsumen untuk melakukan pembelian (Alfitroch, Farida, dan Rahman, 2022)	Likert
Cash On Delivery (X3)	COD merupakan metode pembayaran secara tunai, dimana konsumen akan membayar setelah barang sampai di alamat tujuan (Zuhada et al. 2023).	Indikator COD yakni : 1. Keamanan pembayaran 2. Privasi yang terjaga 3. Kepercayaan konsumen meningkat (Zusmawati dan Rani, 2023).	Likert



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan di masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru dan akan dijadwalkan pada April 2024.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yakni jenis penelitian ilmiah yang datanya berupa angka dan dianalisis menggunakan statistik (**Sugiyono, 2016**).

3.2.2 Sumber Data

1. Data primer

Data primer merupakan data yang berasal dari hasil penyebaran kuesioner penelitian. Data ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada responden. Kuesioner akan disebar kepada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru dalam bentuk Google Form.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung, melainkan melalui perantara seperti individu ataupun suatu dokumen. Dalam penelitian ini, data sekunder berasal dari buku-buku referensi, jurnal, dan penggunaan media internet untuk mengumpulkan data-data yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang dapat dipelajari oleh peneliti (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Binawidya, Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru yang pernah berbelanja online di Shopee.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang dapat dipelajari oleh peneliti, oleh karena itu sampel yang diambil harus benar-benar mewakili populasi (Sugiyono, 2016). Populasi yang dijadikan sebagai sampel harus memiliki karakteristik utama agar dapat mewakili populasi.

Penelitian ini akan menggunakan teknik non-probability sampling yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap populasi untuk dipilih menjadi bagian dari sampel. Adapun metode pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah metode purposive sampling yakni pengambilan sampel dengan suatu pertimbangan (Sugiyono, 2016). Dengan demikian, setiap individu yang menjadi sampel akan dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang sudah peneliti buat.

Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Responden merupakan masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Berusia 17 tahun – 55 tahun
2. Responden memiliki akun Shopee dan pernah melakukan pembelian lebih dari dua kali

Dikarenakan jumlah populasi dari masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru yang melakukan pembelian online di e-commerce Shopee tidak diketahui jumlahnya. Maka peneliti menggunakan rumus Lemeshow dalam menentukan jumlah sampelnya. Berikut rumus Lemeshow :

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

- n = jumlah sampel
- z = nilai standar (1,96)
- p = maksimal estimasi (50% = 0,5)
- d = alpha (0,10) atau sampling eror (10)

Menurut rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Berdasarkan rumus diatas, jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini berjumlah 96 orang responden.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Kuesioner (Angket)

Menurut **Sugiyono (2016)**, Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan maupun pernyataan tertulis pada responden untuk dijawab. Pada penelitian ini, jawaban responden akan diukur menggunakan skala likert. Kuesioner akan disebarakan melalui internet dengan bantuan Google Form kepada responden. Kuesioner digunakan untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Review*, *Gratis Ongkos Kirim* dan *Cash On Delivery* terhadap Keputusan Pembelian Di *E-commerce* Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

3.5 Skala Pengukuran Data

Teknik pengukuran data dalam penelitian ini ialah skala likert. Menurut **Sugiyono (2016)**, skala likert merupakan pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang mengenai suatu fenomena. Dalam penggunaan skala likert terdapat lima tingkatan skor yang bisa dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.1: Skala Likert

Klasifikasi	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
ST	Setuju	4
RG	Ragu Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2016)

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.6 Analisis Data

Analisis data merupakan langkah yang akan dilakukan setelah semua data terkumpul. Proses analisis data ini mencakup tahapan-tahapan seperti menyusun data dalam bentuk tabel berdasarkan variabel dari semua responden, mengelompokkan data berdasarkan jenis responden dan variabel, serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis.

3.6.1 Statistik Deskriptif

Menurut **Sugiyono (2016)**, statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan seluruh data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat sebuah kesimpulan yang berlaku untuk umum. Data statistik deskriptif akan disajikan dalam bentuk tabel. Dalam statistik deskriptif tidak ada uji signifikansi, tidak ada taraf kesalahan, karena peneliti tidak bermaksud membuat generalisasi, sehingga tidak ada kesalahan generalisasi.

3.7 Uji Kualitas Data

Kuesioner yang telah dibuat harus diperiksa kualitasnya. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan valid dan reliabel, karena keakuratan dari data-data yang diolah akan menentukan kualitas hasil penelitian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas ialah uji yang digunakan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari suatu instrumen penelitian. Instrumen yang valid berarti instrumen dapat digunakan untuk mengukur yang seharusnya diukur. Hasil penelitian akan dikatakan valid bila terdapat kesamaan antara data yang sudah terkumpul dengan data yang benar-benar terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2016). Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Corrected Item-Total Correlation* yakni membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan nilainya positif, maka dinyatakan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi suatu alat ukur dalam penggunaannya. Sehingga instrumen yang reliabel merupakan instrumen yang dapat digunakan berulang kali untuk mengukur suatu objek yang sama dan akan tetap menghasilkan data-data yang sama. Hasil penelitian dapat dikatakan reliabel bila ada kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2016). Teknik pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Cronbach's alpha, suatu kuesioner dianggap reliabel jika nilai Cronbach's alpha $>$ 0,60.

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam model regresi dapat berdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berdistribusi normal atau mendekati normal (**Ghozali, 2018**). Dalam penelitian ini, uji normalitas dideteksi menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov dengan dasar pengambilan keputusan, yaitu:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi secara normal.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi secara normal

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Menurut **Ghozali (2018)** Tujuan uji multikolinieritas adalah untuk memastikan apakah terdapat korelasi yang kuat atau sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang efektif seharusnya tidak menunjukkan korelasi antar variabel. Pengujian multikolinieritas sebaiknya dilakukan bila terdapat lebih dari satu variabel independen. Apabila terdapat korelasi yang kuat antar variabel independen, maka hal tersebut berdampak negatif terhadap hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan tolerance. Jika nilai (VIF) < 10 dan nilai tolerance $> 0,10$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi bersifat konstan atau tidak. Jika variabel dari satu observasi ke observasi lainnya konstan, maka disebut homokedastisitas dan sebaliknya bisa disebut heterokedastisitas (**Ghozali, 2018**). Model regresi yang baik ialah yang tidak mengalami



heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dasar pengambilan keputusan yaitu:

- a. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka model regresi tidak heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka model regresi heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada kesalahan antara model regresi linear pada periode tertentu (t) dengan periode sebelumnya (t-1). Model regresi yang baik adalah yang tidak memiliki autokorelasi (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, uji korelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin – Watson (DW). Berikut adalah tabel yang menjelaskan cara pengambilan keputusan menggunakan uji Durbin – Watson (DW).

Tabel 3.2: Dasar Pengambilan Keputusan Autokorelasi

No.	Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
1.	Ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dL$
2.	Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$dL \leq d \leq dU$
3.	Ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - dL < d < 4$
4.	Tidak ada autokorelasi negatif	Tidak ada keputusan	$4 - dU \leq d \leq 4 - dL$
5.	Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak ditolak	$dU < d < 4 - dU$

Sumber: Ghozali (2018)

3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara dua arah atau lebih dari variabel independen di satu variabel dependen (Ghozali, 2018). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh antara



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variabel bebas dengan variabel terikat yang disajikan dalam bentuk persamaan regresi. Analisis ini digunakan untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh variabel *Online Customer Review*, *Gratis Ongkos Kirim* dan *Cash On Delivery* terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru. Adapun rumus dari persamaan regresi linear berganda ialah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
- A = Konstanta
- X1 = *Online Customer Review*
- X2 = *Gratis Ongkos Kirim*
- X3 = *Cash On Delivery*
- β_1 = Koefisien Regresi Untuk Variabel *Online Customer Review*
- β_2 = Koefisien Regresi Untuk Variabel *Gratis Ongkos Kirim*
- β_3 = Koefisien Regresi Untuk Variabel *Cash On Delivery*
- = Errors

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji T (Uji Parsial)

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui seberapa baik pengaruh variabel independen secara individu menjelaskan variabel dependennya (Ghozali, 2018). Uji



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hipotesis ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$ dengan dasar pengambilan keputusan yaitu:

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < 0,05$ ($\alpha = 5\%$), maka H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel *Online Customer Review* (X1), *Gratis Ongkos Kirim* (X2), dan *Cash On Delivery* (X3) secara individu terhadap Keputusan Pembelian (Y) di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > 0,05$ ($\alpha = 5\%$), maka H_0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel *Online Customer Review* (X1), *Gratis Ongkos Kirim* (X2), dan *Cash On Delivery* (X3) secara individu terhadap Keputusan Pembelian (Y) di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

3.10.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Analisis uji F dilakukan dengan perbandingan F hitung dan F tabel. Sebelum membandingkan nilai F, harus ditentukan tingkat kepercayaan dan derajat kebebasan = $n - (k + 1)$ sehingga dapat ditentukan nilai kritis. Nilai alpha yang digunakan pada penelitian ini adalah 0,05. Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ (0,05), maka H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan antara *Online Customer Review* (X1), *Gratis Ongkos Kirim* (X2), dan *Cash On*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Delivery (X3) terhadap Keputusan Pembelian di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa baik suatu model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol dan satu yang menunjukkan seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Model regresi yang baik yaitu jika nilai R^2 mendekati 1, yang menunjukkan bahwa variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen (Ghozali, 2018).

Tabel 3.3 : Kriteria Pengujian

No.	Nilai Korelasi	Keterangan
1.	0	Tidak Berkorelasi
2.	0,1 – 0,20	Sangat Rendah
3.	0,21 – 0,40	Rendah
4.	0,41 – 0,60	Agak Rendah
5.	0,61 – 0,80	Cukup
6.	0,81 – 0,99	Tinggi
7.	1	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono,2016



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Kota Pekanbaru

4.1.1 Sejarah Singkat Kota Pekanbaru

Kota Pekanbaru merupakan ibu kota dan kota terbesar di provinsi Riau, Indonesia. Kota ini merupakan salah satu sentra ekonomi terbesar di pulau Sumatra dan termasuk kota dengan tingkat pertumbuhan tinggi. Nama Pekanbaru dulunya dikenal dengan nama “Senapelan” yang saat itu dipimpin oleh seorang Kepala Suku disebut Batin. Daerah yang mulanya sebagai ladang, perlahan menjadi perkampungan. Kemudian perkampungan Senapelan berpindah ke tempat pemukiman baru yang kemudian disebut Dusun Payung Sekaki yang terletak di tepi muara sungai Siak.

Nama Payung Sekaki tidak begitu dikenal pada masanya melainkan Senapelan. Perkembangan Senapelan berhubungan erat dengan perkembangan Kerajaan Siak Sri Indrapura. Semenjak Sutan Abdu Jalil Alamudin Syah menetap di Senapelan, beliau membangun istananya di Kampung Bukit berdekatan dengan perkampungan Senapelan. Diperkirakan istana tersebut terletak di sekitar Mesjid Raya sekarang. Sutan Abdu Jalil Alamudin Syah mempunyai inisiatif untuk membuat Pekan di Senapelan tetapi tidak berkembang. Usaha yang telah dirintis tersebut kemudian dilanjutkan oleh putranya Raja Muda Muhammad Ali di tempat baru yaitu disekitar pelabuhan sekarang.



ak ip n ik IN suska ria

State I

Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selanjutnya pada hari Selasa tanggal 21 Rajah 1204 H atau tanggal 23 Juni 1784 M berdasarkan musyawarah datuk-datuk empat suku (Pesisir, Lima Puluh, Tanah Datar dan Kampar), negeri Senapelan diganti namanya menjadi "Pekan Baharu" selanjutnya diperingati sebagai hari lahir Kota Pekanbaru. Mulai saat itu sebutan Senapelan sudah ditinggalkan dan mulai populer sebutan "Pekan Baharu", yang dalam bahasa sehari-hari disebut Pekanbaru. Kota Pekanbaru juga mempunyai sebuah slogan yakni BERTUAH yang merupakan singkatan dari Bersih, Tertib, Usaha bersama, Aman dan Harmonis.

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, kota bertuah Pekanbaru telah menjadi sebuah ikon dari kota masa depan (metropolis) dan menjadi sebuah tempat rekreasi wisata religi bagi masyarakat melayu pada umum. Seperti Mesjid Raya, makam Marhum Bukit dan makam Marhum Pekan yang memiliki arsitektur tradisional yang sangat menarik dan juga merupakan salah satu mesjid tertua di kota pekanbaru yang berdiri sejak abad ke 18.

4.12 Kondisi Geografis Kota Pekanbaru

Kota Pekanbaru terletak antara 101°14' - 101°34' Bujur Timur dan 0°25' - 0°45' Lintang Utara. Dengan ketinggian dari permukaan laut berkisar 5 - 50 meter. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1987 Tanggal 7 September 1987 Daerah Kota Pekanbaru diperluas dari ± 62,96 Km² menjadi ± 446,50 Km², terdiri dari 8 Kecamatan dan 45 Keurahan/Desa. Dari hasil pengukuran/pematokan di



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lapangan oleh BPN Tk. I Riau maka ditetapkan luas wilayah Kota Pekanbaru adalah 632,26 Km².

Dengan meningkatnya kegiatan pembangunan menyebabkan meningkatnya kegiatan penduduk disegala bidang yang pada akhirnya meningkatkan pula tuntutan dan kebutuhan masyarakat terhadap penyediaan fasilitas dan utilitas perkotaan serta kebutuhan Lainnya. Untuk lebih terciptanya tertib pemerintahan dan pembinaan wilayah yang cukup luas, maka dibentuklah Kecamatan Baru dengan Perda Kota Pekanbaru No. 4 Tahun 2003 menjadi 12 Kecamatan dan Kelurahan/Desa baru dengan Perda tahun 2003 menjadi 58 Kelurahan/Desa. Pada tanggal 30 Desember 2020 berdasarkan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 2 Tahun 2020, Pemerintah Kota Pekanbaru secara resmi melakukan pemekaran dan penyesuaian serta penghapusan kecamatan dan kelurahan di Kota Pekanbaru. Sehingga total saat ini Kota Pekanbaru memiliki 15 kecamatan dengan 83 kelurahan.

Kota Pekanbaru berbatasan dengan daerah Kabupaten/Kota :

1. Sebelah Utara : Kabupaten Siak dan Kabupaten Kampar
2. Sebelah Selatan : Kabupaten Kampar dan Kabupaten Pelalawan
3. Sebelah Timur : Kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan
4. Sebelah Barat : Kabupaten Kampar

4.2 Gambaran Umum Kecamatan Binawidya

Binawidya merupakan salah satu kecamatan di Kota Pekanbaru. Sebelumnya kecamatan ini bernama kecamatan Tampan yang kemudian diubah menjadi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Binawidya sesuai Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 2 Tahun 2020. Pusat Pemerintahan Kecamatan Binawidya berkedudukan di Kelurahan Simpang Baru. Adapun batas wilayah kecamatan Binawidya yang baru, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) Perda Nomor 2 tahun 2020 adalah sebagai berikut:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan kecamatan Payung Sekaki.
2. Sebelah Timur berbatasan dengan kecamatan Marpoyan Damai
3. Sebelah Barat berbatasan dengan dengan Kabupaten Kampar.
4. Sebelah Selatan berbatasan dengan kecamatan Tuahmadani.

Kecamatan ini terdiri dari lima kelurahan yakni;

1. Kelurahan Binawidya
2. Kelurahan Delima
3. Kelurahan Tobek Godang
4. Kelurahan Sungai Sibam
5. Kelurahan Simpang Baru

4. Gambaran Umum Kelurahan Binawidya

Kelurahan Binawidya merupakan pemekaran dari kelurahan Simpang Baru yang ada di Kecamatan Tampan. Sekarang menjadi Kecamatan Binawidya yang terdiri dari kelurahan Binawidya, kelurahan Delima, kelurahan Tobek Godang, kelurahan Sungai Sibam dan kelurahan Simpang Baru. Wilayah kelurahan Binawidya berasal dari Kecamatan Tampan yang dimekarkan oleh Pemerintah Kota Pekanbaru. Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2019 tentang Pembentukan Kecamatan telah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

disahkan DPRD Pekanbaru pada 1 September 2019 lalu. Kecamatan Tampan mengalami pemekaran menjadi dua Kecamatan yaitu Kecamatan Binawidya dan Kecamatan Tuah Madani.

Luas wilayah Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru saat ini adalah ± 3.0 KM², Kelurahan Binawidya terdiri dari 11 RW dan 39 RT, Kelurahan Binawidya memiliki batas yaitu:

1. Utara berbatas dengan Jalan Air Hitam, Jalan Tuanku Tambusai ujung, Kelurahan Bandarraya.
2. Timur berbatas dengan Jalan S.M Amin Kelurahan Delima.
3. Selatan berbatas dengan Jalan Naga Sakti, Jalan Bangau Sakti, Jalan Kamboja Kelurahan Simpang Baru.
4. Barat berbatas dengan Jalan Garuda Sakti Kelurahan Air putih.

Adapun Visi dan Misi Kelurahan Binawidya ialah sebagai berikut:

1. Visi

Terwujudnya masyarakat informasi yang sejahtera melalui penyelenggaraan komunikasi dan informatika yang efektif dan efisien dalam rangka keutuhan dan kebersamaan di Kota Pekanbaru

2. Misi

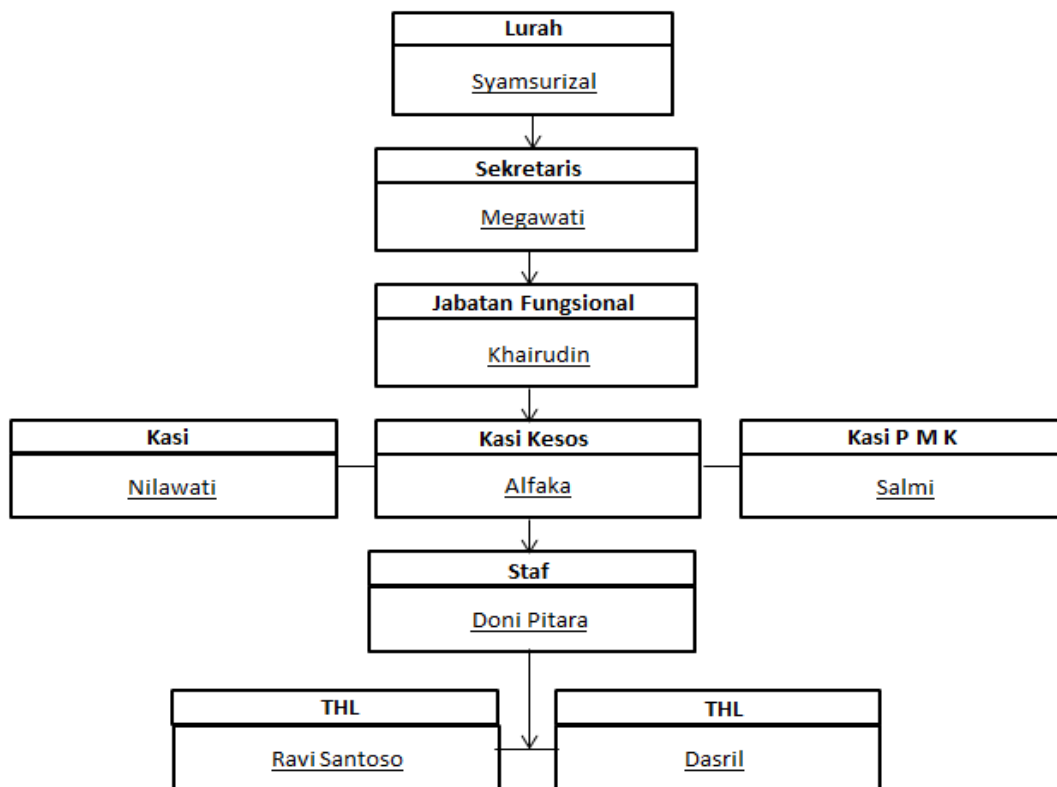
Meningkatkan kapasitas layanan informasi dan pemberdayaan potensi masyarakat budaya informasi. Meningkatkan daya jangkau infrastruktur komunikasi dan informatika untuk memperluas aksesibilitas masyarakat terhadap informasi dalam rangka mengurangi kesenjangan informasi.

Tabel 4.1: Jumlah RT dan RW Kelurahan Binawidya

No	Nama RW	Jumlah RT
1.	RW 01	3
2.	RW 02	4
3.	RW 03	3
4.	RW 04	4
5.	RW 05	3
6.	RW 06	5
7.	RW 07	4
8.	RW 08	3
9.	RW 09	4
10.	RW 10	3
11.	RW 11	3

Sumber : Kantor Lurah Binawidya,2024

Adapun struktur organisasi kelurahan Binawidya dapat dilihat pada tabe berikut ini.



Sumber :Kantor Lurah Binawidya, 2024

Gambar 4.1: Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kelurahan Binawidya

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada Kelurahan Binawidya, terdapat beberapa sarana pendidikan meliputi TK, MDA, SD/ Sederajat, SMP/Sederajat, SMA/Sederajat dan Pondok Pesantren baik sekolah Negeri ataupun Swasta.

Tabel 4.2: Sarana Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Nama
1.	SMA/Sederajat	4	SMAN 12 Pekanbaru, SMK Telkom, SMA IT Azzuhra, Pondok Pesantren Ummul Quro
2.	SMP/Sederajat	7	SMPN 40 Pekanbaru, SMPN 23 Pekanbaru, SMP IT Badrul Islam, SMP IT Azzuhra, SMP Telkom, SMP IT Smart Indonesia, Pondok Pesantren Ummul Quro
3.	SD	5	SDN 187 Pekanbaru, SD IT Azzuhra, SD IT Brilliant, SD IT Smart Indonesia II, SD Heaven Kids
4.	TK	6	TK Azzuhra, TK Brilliant, TK Annur Bastari, TK Muslimat No.9, TK Syafanur, TK Persistri
5.	MDA	7	MDA Al-Adlin, MDA Nurul Hidayah, MDA At-Thoyyibah, MDA Wahdatul Ummah, MDA Sultan Iskandar Muda, MDA Ikhwatul Muslimin, MDA Athaya Ilahi

Sumber :Kantor Lurah Binawidya,2024

4.4.Gambaran Umum Perusahaan Shopee

4.4.1 Logo Shopee



Sumber : shopee.co.id,2024

Gambar 4.2: Logo

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Logo Shopee berbentuk gambar keranjang berwarna orange dengan huruf S di tengah. Logo ini merupakan gabungan dari tiga unsur yaitu gambar keranjang, huruf S dan warna orange. Gambar keranjang ini dapat diartikan keranjang belanja, S merupakan simbol dari Shopee, dan Orange didefinisikan sebagai warna hangat, yang menarik dan meningkatkan perhatian pembeli.

4.4.2 Profil Perusahaan Shopee

Shopee pertama kali didirikan oleh Chris Feng, seorang lulusan terbaik dari Universitas Nasional Singapura. Kini Shopee dikenal sebagai e-commerce yang tidak saja berhasil mendominasi aplikasi gawai, namun juga menjadi aplikasi belanja terpopuler di platform data kunjungan pada tahun 2021. Shopee diluncurkan pertama kali di Singapura pada tahun 2015 di bawah naungan Garena (selanjutnya berubah nama menjadi SEA Group), perusahaan yang berbasis di Singapura. Di tahun yang sama Shopee secara serentak masuk dan berkembang ke Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina.

Shopee sebagai anak perusahaan SEA Group, memiliki misi untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan para konsumen dan pengusaha kecil menjadi lebih baik dengan teknologi. Shopee Indonesia resmi diperkenalkan kepada publik pada Desember 2015, di bawah bendera PT. Shopee Internasional Indonesia. Dikutip dari laman *shopee.co.id*, visi dari Shopee Indonesia adalah kami percaya bahwa kegiatan belanja online harus terjangkau, mudah, dan menyenangkan.



Sedangkan tujuan didirikannya Shopee Indonesia adalah, karena percaya pada kekuatan transformatif dari teknologi yang bisa mengubah dunia menjadi lebih baik, melalui platform yang menghubungkan penjual dengan pembeli dalam satu komunitas. Kepribadian Shopee Indonesia harus menggambarkan simpel, bahagia, dan bersama-sama sebagai nilai kerja utama yang harus selalu hadir di setiap unit perusahaan. Simpel yang berarti apa adanya, jujur, dan integritas. Bahagia seperti harapan Shopee Indonesia agar bisa menyebarkan suka cita ke semua orang dengan keramahan, dan pengalaman yang menyenangkan. Dan bersama sama menikmati waktu dengan keluarga sambil belanja online.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, adapun kesimpulan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. *Online Customer Review* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.
2. Gratis Ongkos Kirim secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.
3. *Cash On Delivery* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.
4. *Online Customer Review*, Gratis Ongkos Kirim, dan *Cash On Delivery* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *e-commerce* Shopee pada masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan terkait dengan keterbatasan dalam penelitian ini, adapun saran yang dapat diberikan ialah sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. *Online Customer Review* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu Shopee disarankan untuk terus meningkatkan komentar-komentar positif terhadap produknya. Munculnya beberapa komentar negatif harus bisa segera diatasi agar tidak mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen lainnya.
2. *Gratis Ongkos Kirim* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini. Masyarakat akan tetap melakukan pembelian meskipun tidak ada gratis ongkir jika barang tersebut benar-benar dibutuhkannya. Sehingga Shopee disarankan untuk lebih meningkatkan pemberian gratis ongkos kirim agar dapat lebih membangkitkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap barang yang mereka inginkan.
3. *Cash On Delivery* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Metode pembayaran ini dianggap yang paling aman, oleh karena itu Shopee disarankan untuk terus meningkatkan keamanan pembayaran ini agar konsumen tidak perlu ragu-ragu lagi dalam berbelanja online karena metode pembayaran ini sudah terjamin dapat meminimalisir adanya penipuan serta privasi data yang terjaga.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengambil sampel lebih banyak lagi dengan tujuan untuk mendapatkan keakuratan data yang lebih baik lagi. Selain itu juga diharapkan dapat mempertimbangkan variabel-variabel lain yang dianggap mempengaruhi agar bisa memberikan gambaran yang lebih luas lagi mengenai keputusan pembelian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfitrioch, Ulfi Ansyah, Eka Farida, and Fahrurrozi Rahman. 2022. "Pengaruh Iklan, Promo Gratis Ongkos Kirim, Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online (Studi Kasus Pada Warga RT 8 Kelurahan Karangbesuki Kota Malang)." *e-Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 11(1): 71–78. www.fe.unisma.ac.id.
- Andriani, Eva Ririn, Agung Pujianto, and Sri Andayani. 2022. "Pengaruh Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir Dan Review Pembeli Terhadap Minat Beli Baju Di Lazada." *Seminar Nasional Hasil Skripsi* 1(01): 297–301.
- Arrialis, M Bobby, and Nurrahmi Hayani. 2022. "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Lazada." *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management* 2(1): 1–8.
- Arianto, Aris. 2023. *Manajemen Pemasaran*.
- Azka, Nabila Adillati. 2023. "Pengaruh Brand Ambassador, Layanan Cash On Delivery, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Situs Shopee Generasi Z Di Kota Surakarta." *Jurnal Visi Manajemen* 9(2): 25–35.
- Damayanti, Aurellia Augusta, and Dila Damayanti. 2024. "Pengaruh Diskon , Gratis Ongkos Kirim , Cash on Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee." 4(3): 660–69.
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2019. "Pemasaran (Dasar Dan Konsep)." (June).
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handat, Aminuddin et al. 2021. *Buku Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*.
- Handi, Nizar, Rosyia Wardani, and Zulkarnaen. 2024. "Pengaruh Metode Pembayaran Cash on Delivery (Cod), Gratis Ongkos Kirim Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Amm Mataram)." *Ganec Swara* 18(1): 413.
- Handayani, Fitri, Madona Khairunisa, and Syamssdin Muir. 2022. "Pengaruh Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Di Marketplace Shopee Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah." 1(1): 51–60.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Havari, Ajrina Putri, and Kartini Harahap. 2023. "Pengaruh Promosi Dan Persepsi Kemudahan Dalam Penggunaan E-Wallet Shopeepay Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masyarakat Kota Medan." *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan manajemen Indonesia* 2(01): 27–40. <https://jurnal.seaninstitute.or.id/index.php/Juemi/article/view/90>.
- Istikomah, Mira, and Novi Marlana. 2020. "Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion." *Jurnal Manajemen* 12(2): 288–98.
- Marpaung, Irma Rahmayani, and Fauzi Arif Lubis. 2022. "Pengaruh Iklan, Sistem COD, Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTokShop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara)." *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 9(3): 1477–91.
- Mayangsari, Mayangsari, and Siti Aminah. 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.
- Ngatno. 2018. "Buku Manajemen Pemasaran Baru.Pdf." *EF Press Digimedia*: 1–292.
- Putri Nugraha, Jefri et al. 2021. *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.
- Rachmad, Ferizal. 2023. "Pengaruh Cita Rasa Dan Nama Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rotte Bakery Pada Masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru." *JAWI: Journal of Ahkam Wa Iqtishad* 1(3): 140–51.
- Restyawati, Veni. 2024. *Pengaruh Gratis Ongkir, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al-Qur'anAl- Amin Pabuaran)*.
- Saatutra, Bayu Yohan, and Taufik Bustami. 2024. "Pengaruh Harga Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee." *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)* 5(1): 39–47
- Sati, Fauzi Purnama. 2021. Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-commerce Pada Mahasiswa UMSU..
- Simatupang, S, D Susanti, M Butarbutar, and ... 2023. "Sistem Pembayaran Cash on Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee." *Jurnal Ilmiah Edunomika* 08(01): 1–15. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/10711>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- StatsGood. 2023. “Statistik E-Commerce, Data”. <https://goodstats.id/infographic/e-commerce-paling-banyak-dikunjungi-sepanjang-2023-aVFg5>.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Titasari, Silvia, M. Ridwan Basalamah, and Tri Sugiarti Ramadhan. 2023. “Pengaruh Pembayaran Cash On Delivery (COD), Harga Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISMA).” *e – Jurnal Riset Manajemen* 12(01): 1530–40. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20337/15116>.
- Yusliani, Erfan Robyardi, and Nurkardina Novalia. 2023. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Palembang).” *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume* 3(5): 5575–87.
- Zuhada, Mhd Fathur Rizqi, Zein Zahara Br Surbakti, Ema Khairani, and Purnama Ramadhani Silalahi. 2023. “Pengaruh Metode Pembayaran Cash On Delivery Pada Aplikasi Shopee Terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU).” *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management* 3(1): 105–14.
- Zusmawati, and Ade Rani. 2023. “Economics and Digital Business Review Pengaruh Layanan Cash On Delivery (COD) Dan Online Costumer Review (OCR) Terhadap Keputusan Pembelian Pada (E-Commerce) Shopee Di Kota Pariaman.” *Economics and Digital Business Review* 4(1): 587–96.



LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Perkenalkan nama saya Diah Sahfitri dari Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan studi S1. Adapun judul penelitian saya yakni "Pengaruh *Online Customer Review*, *Gratis Ongkos Kirim* dan *Cash On Delivery* Terhadap Keputusan Pembelian di *E-commerce* Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru"

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini ialah:

1. Responden merupakan masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru.
2. Berusia 17 tahun – 55 tahun
3. Responden memiliki akun Shopee dan pernah melakukan pembelian lebih dari dua kali

Bersama dengan ini saya meminta kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Informasi yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya. Segala informasi yang diberikan semata hanya akan digunakan untuk penelitian. Atas bantuan dan perhatian saudara/i, saya ucapkan terimakasih.

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bagian 1

Identitas Responden

1. Nama Lengkap*

.....

2. Jenis Kelamin*

- Laki-Laki
- Perempuan

3. Usia*

- 17 - 25 Tahun
- 26 - 34 Tahun
- 35 - 42 Tahun
- > 42 Tahun

4. Jenis Pekerjaan*

- Pelajar/Mahasiswa
- Ibu Rumah Tangga
- Karyawan

Hormat saya,

Diah Sahfitri
12070122849



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Pegawai Negeri
- Wirausaha
- Yang Lainnya

5. Pendapatan*

- < 500.000
- 500.000 – 1.500.000
- 1.500.000 – 3.000.000
- 3.000.000 – 5.000.000
- > 5.000.000

6. Pembelian produk secara online di e-commerce Shopee*

- 5 kali
- 10 kali
- 15 kali
- > 20 kali

Bagian 2

Butir Pernyataan

Pemujuk Pengisian

1. Bacalah setiap butir pernyataan dengan saksama
2. Kuesioner ini berisi pernyataan yang berhubungan dengan keputusan pembelian online di e-commerce Shopee
3. Berikan tanda ceklis pada kolom yang sesuai dengan pendapat Anda !

SS (Sangat Setuju) : poin 5



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- S (Setuju) : poin 4
- RG (Ragu-Ragu) : poin 3
- TS (Tidak Setuju) : poin 2
- STS (Sangat Tidak Setuju) : poin 1

A. Varabel X1 : Online Customer Review

N	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
1	Fitur online customer review sangat berguna dan membuat saya lebih yakin untuk belanja online di e-commerce shopee.					
2	Review produk di shopee memberikan informasi mengenai kelebihan dan kekurangan yang dimiliki produk.					
3	Semakin banyak review positif pada suatu produk bisa mencerminkan kualitas produk yang semakin bagus.					
4	Saya akan mencari alternatif produk lain apabila terdapat review negative pada suatu produk.					
5	Saya hanya akan membeli produk yang memiliki review positif.					

B. Varabel X2 : Gratis Ongkos Kirim

N	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
1	Promo gratis ongkos kirim adalah salah satu yang diminati oleh pengguna Shopee.					
2	Penawaran promo gratis ongkos kirim menjadi pertimbangan tambahan pengguna untuk melakukan transaksi pembelian.					
3	Saya akan melakukan pembelian pada e-commerce Shopee setelah melihat adanya promo gratis ongkos kirim.					
4	Gratis ongkos kirim dapat mempengaruhi saya agar melakukan pembelian di e-commerce Shopee.					
5	Saya terdorong untuk membeli produk yang saya inginkan pada saat tersedia gratis ongkos kirim di e-commerce Shopee.					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Varabel X3 : Cash On Delivery

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
1	Pembayaran Cash On Delivery di e-commerce Shopee menyediakan pengalaman berbelanja yang aman dan mudah.					
2	Pembayaran Cash On Delivery memberikan rasa aman dalam bertransaksi.					
3	Pembayaran Cash On Delivery dapat meminimalisir terjadinya penipuan.					
4	Pembayaran Cash On Delivery mencegah penyebaran data keuangan pribadi					
5	Pembayaran Cash On Delivery memberikan kepercayaan karena produk dibayar setelah sampai tujuan					

D. Varabel Y : Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Saya membeli produk melalui e-commerce Shopee karena produknya yang bervariasi.					
2.	Saya terbiasa membeli kebutuhan saya pada produk yang sama di e-commerce Shopee.					
3.	Saya membeli produk melalui e-commerce Shopee karena produk tersedia dalam jumlah yang banyak.					
4.	Saya membeli produk melalui e-commerce Shopee karena terdapat banyak pilihan metode pembayaran.					
5.	Saya memutuskan membeli produk di e-commerce Shopee setelah mengetahui adanya pembayaran COD, review yang positif dan terdapat gratis ongkos kirim.					

Lampiran 2 : Tabulasi Data

A. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Responden	Keputusan Pembelian					Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	5	5	5	5	4	24

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasir

2	5	4	5	4	4	22
3	5	4	5	5	5	24
4	5	4	5	4	5	23
5	5	4	4	5	5	23
6	4	4	4	2	4	18
7	4	4	4	4	4	20
8	5	4	2	4	4	19
9	5	5	5	5	4	24
10	5	5	5	5	5	25
11	4	4	5	4	5	22
12	4	3	3	4	4	18
13	5	5	5	4	5	24
14	5	5	5	5	5	25
15	5	4	4	5	4	22
16	4	4	5	5	4	22
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	4	4	20
20	5	5	4	4	5	23
21	4	3	4	5	5	21
22	5	4	4	5	5	23
23	5	5	5	5	5	25
24	5	5	5	5	5	25
25	4	4	5	5	4	22
26	5	4	4	5	5	23
27	5	5	5	5	5	25
28	4	4	5	4	5	22
29	5	5	5	5	5	25
30	4	3	4	4	4	19
31	4	5	5	4	5	23
32	4	4	4	4	4	20
33	3	3	3	3	3	15
34	4	4	3	4	5	20
35	5	5	4	5	5	24
36	4	4	4	5	5	22
37	5	5	5	5	5	25

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasir

38	5	4	2	4	4	19
39	4	4	4	4	4	20
40	4	3	4	4	4	19
41	4	4	4	4	4	20
42	5	4	4	4	5	22
43	4	4	4	5	5	22
44	5	3	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	5	4	4	21
48	5	5	5	5	5	25
49	4	3	3	4	4	18
50	4	4	4	4	4	20
51	4	3	3	4	4	18
52	4	4	5	4	5	22
53	4	2	3	4	4	17
54	5	5	3	5	5	23
55	4	4	4	4	5	21
56	5	4	4	5	5	23
57	5	4	4	4	4	21
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	4	20
60	3	3	3	4	4	17
61	4	4	4	5	5	22
62	4	4	4	4	4	20
63	5	5	5	4	5	24
64	5	5	4	4	5	23
65	4	4	5	4	4	21
66	5	4	5	5	5	24
67	4	3	4	4	4	19
68	4	4	5	4	4	21
69	4	4	4	5	5	22
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	4	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

74	4	4	4	5	5	22
75	4	4	4	4	5	21
76	4	4	4	4	4	20
77	4	3	4	4	5	20
78	5	3	3	4	5	20
79	5	2	4	4	4	19
80	5	4	4	4	5	22
81	4	4	4	5	4	21
82	4	4	5	4	5	22
83	5	4	4	5	5	23
84	5	4	5	5	5	24
85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	4	20
87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	4	4	4	5	5	22
91	4	4	4	4	5	21
92	5	4	4	5	5	23
93	5	5	5	5	5	25
94	4	4	5	4	5	22
95	4	4	4	4	5	21
96	5	5	5	5	5	25

A. Variabel *Online Customer Review* (X1)

Responden	<i>Online Customer Review</i>					Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	4	4	23
3	4	4	5	4	4	21
4	4	5	4	5	4	22
5	5	5	4	4	5	23
6	4	3	4	4	3	18
7	5	4	4	4	4	21
8	5	5	5	5	4	24
9	5	5	5	4	4	23

10	5	5	5	5	5	25
11	5	5	4	4	5	23
12	4	4	5	4	5	22
13	4	5	4	4	5	22
14	5	5	4	5	5	24
15	4	4	5	4	5	22
16	4	4	4	5	4	21
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	4	20
19	4	5	4	5	4	22
20	5	5	5	4	4	23
21	5	5	5	4	5	24
22	5	5	5	5	5	25
23	5	4	5	5	5	24
24	4	5	5	5	5	24
25	5	4	4	5	5	23
26	5	4	4	4	4	21
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	4	5	24
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	5	4	21
32	4	4	4	5	5	22
33	5	5	4	4	4	22
34	5	4	4	4	4	21
35	5	5	5	5	5	25
36	5	5	5	5	4	24
37	5	5	5	5	5	25
38	5	4	4	3	5	21
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	4	20
41	4	2	2	4	4	16
42	5	5	4	5	4	23
43	5	4	4	5	4	22
44	4	5	5	4	5	23
45	4	4	4	4	4	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu massa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

46	4	4	4	4	4	20
47	5	5	4	4	5	23
48	5	5	5	5	4	24
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	4	5	21
52	5	5	5	4	5	24
53	5	5	3	4	4	21
54	5	4	4	4	5	22
55	4	4	4	4	4	20
56	5	5	5	5	5	25
57	4	4	5	4	4	21
58	4	4	4	4	4	20
59	5	4	4	5	4	22
60	3	3	3	4	4	17
61	4	5	4	4	5	22
62	4	4	4	4	4	20
63	5	5	5	5	4	24
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	4	20
66	5	5	4	4	3	21
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	5	4	5	22
69	4	4	4	4	5	21
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	4	4	20
72	5	4	4	3	4	20
73	4	4	4	4	4	20
74	4	4	5	4	5	22
75	5	5	5	5	5	25
76	4	5	5	5	5	24
77	5	3	4	4	4	20
78	5	4	5	5	5	24
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	4	4	23
81	4	4	4	4	4	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

82	5	5	5	5	5	25
83	4	4	4	4	5	21
84	5	5	5	4	5	24
85	5	4	5	5	5	24
86	5	5	4	3	5	22
87	3	4	4	4	4	19
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	4	4	3	4	4	19
91	4	4	5	4	3	20
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	5	5	25
94	5	5	5	4	4	23
95	5	4	4	4	3	20
96	4	3	4	5	5	21

C. Variabel Gratis Ongkos Kirim (X2)

Responden	Gratis Ongkos Kirim					Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	5	5	25
3	4	5	4	4	5	22
4	5	4	4	4	4	21
5	5	4	5	4	5	23
6	5	4	5	4	5	23
7	4	4	4	4	4	20
8	5	4	2	4	5	20
9	5	4	5	5	4	23
10	4	4	4	4	4	20
11	5	4	5	4	5	23
12	5	5	5	4	4	23
13	5	5	4	5	4	23
14	5	5	5	5	4	24
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	4	4	4	20

18	4	4	4	4	4	20
19	4	5	5	4	5	23
20	5	4	5	5	5	24
21	5	5	5	5	5	25
22	5	5	5	5	5	25
23	5	2	5	5	5	22
24	5	5	5	5	5	25
25	5	4	5	4	5	23
26	5	5	5	4	4	23
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	5	5	25
30	5	4	4	4	4	21
31	5	5	5	5	5	25
32	5	5	5	5	5	25
33	5	5	5	5	4	24
34	5	5	4	4	5	23
35	5	5	5	5	5	25
36	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	5	5	25
38	5	5	4	5	4	23
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	20
42	5	5	4	3	4	21
43	5	4	3	4	3	19
44	5	5	4	5	5	24
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20
47	5	5	5	5	5	25
48	5	5	5	5	5	25
49	5	5	5	4	4	23
50	4	3	4	4	3	18
51	5	5	4	4	4	22
52	5	5	4	5	5	24
53	5	5	2	2	1	15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu massa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

54	4	5	4	4	5	22
55	5	5	5	5	5	25
56	5	5	5	5	4	24
57	4	4	3	3	3	17
58	4	4	4	4	4	20
59	4	5	5	5	5	24
60	4	4	3	4	3	18
61	5	4	4	5	4	22
62	5	4	4	4	4	21
63	5	5	5	5	5	25
64	5	4	4	4	4	21
65	5	4	4	5	4	22
66	4	4	4	4	5	21
67	5	4	4	4	4	21
68	5	4	4	4	4	21
69	5	5	5	5	5	25
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	4	4	20
72	5	5	5	5	5	25
73	4	4	4	4	4	20
74	5	5	5	5	5	25
75	5	5	5	5	5	25
76	5	5	4	5	5	24
77	5	4	5	5	5	24
78	5	5	5	5	5	25
79	5	4	4	3	2	18
80	5	5	5	4	4	23
81	5	4	4	4	4	21
82	5	5	4	4	4	22
83	4	3	4	4	5	20
84	5	5	3	4	4	21
85	5	4	4	4	4	21
86	5	4	4	4	4	21
87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	5	25
92	5	4	5	5	5	24
93	5	5	5	5	5	25
94	5	5	5	5	4	24
95	4	4	4	4	4	20
96	4	3	3	5	5	20

D. Variabel Cash On Delivery (X3)

Responden	Cash On Delivery					Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	5	4	5	4	22
3	5	5	5	4	5	24
4	5	4	5	5	4	23
5	5	5	4	5	4	23
6	4	3	2	2	3	14
7	4	4	4	4	4	20
8	5	5	5	1	5	21
9	4	4	5	4	5	22
10	5	5	5	5	5	25
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	3	4	19
13	4	5	5	4	5	23
14	5	5	4	5	5	24
15	5	4	4	4	4	21
16	4	4	4	4	4	20
17	5	5	5	5	5	25
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	4	4	20
20	4	5	5	4	4	22
21	4	4	5	5	5	23
22	4	4	5	5	5	23
23	5	5	5	5	5	25
24	5	5	5	5	5	25

25	5	5	5	4	5	24
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20
28	5	5	5	4	5	24
29	4	4	4	4	4	20
30	5	5	4	4	4	22
31	4	4	4	3	4	19
32	4	4	3	4	4	19
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	4	20
35	5	5	5	5	5	25
36	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	5	5	25
38	3	3	2	4	2	14
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	4	20
41	5	4	4	4	4	21
42	5	4	4	4	4	21
43	5	4	5	4	5	23
44	4	5	5	4	5	23
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	5	5	5	5	5	25
49	4	4	3	4	4	19
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	5	4	5	22
52	5	5	5	4	5	24
53	4	2	1	1	3	11
54	5	3	5	5	5	23
55	5	5	2	4	4	20
56	5	5	5	4	5	24
57	4	3	3	3	5	18
58	4	4	4	4	4	20
59	5	4	4	4	4	21
60	4	4	4	4	4	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

61	4	4	5	4	5	22
62	5	5	4	4	4	22
63	4	4	5	5	5	23
64	4	4	3	5	5	21
65	5	5	5	5	5	25
66	4	5	4	4	5	22
67	2	3	4	4	2	15
68	4	4	5	4	4	21
69	5	5	5	5	5	25
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	3	4	19
74	4	5	5	3	5	22
75	4	4	4	3	4	19
76	5	5	5	3	5	23
77	4	4	5	4	5	22
78	5	4	4	5	5	23
79	3	4	5	2	4	18
80	4	4	3	3	5	19
81	4	4	4	4	4	20
82	5	5	5	5	5	25
83	5	5	4	4	5	23
84	5	5	4	3	5	22
85	2	4	4	4	4	18
86	4	4	5	5	5	23
87	3	3	3	3	3	15
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	4	5	5	5	4	23
91	4	5	5	5	5	24
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	5	5	25
94	4	4	4	4	4	20
95	4	5	5	4	5	23
96	5	5	5	5	4	24

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 3 : Hasil Uji Data Menggunakan SPSS 25

Rekap Jawaban Responden

1. Uji Validitas

a. Keputusan Pembelian (Y)

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	17.02	3.242	.545	.736
Y2	17.36	2.824	.616	.710
Y3	17.22	2.973	.478	.765
Y4	17.07	3.163	.554	.733
Y5	16.91	3.202	.578	.727

b. Online Customer Review (X1)

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	17.44	2.901	.506	.714
X1.2	17.55	2.503	.635	.663
X1.3	17.57	2.584	.619	.670
X1.4	17.61	3.081	.414	.744
X1.5	17.53	2.967	.426	.742

c. Gratis Ongkos Kirim (X2)

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	17.58	4.246	.453	.793
X2.2	17.83	3.888	.437	.799
X2.3	17.92	3.172	.692	.716
X2.4	17.89	3.345	.724	.709
X2.5	17.91	3.244	.608	.748

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. *Cash On Delivery (X3)*

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	17.06	5.386	.549	.801
X3.2	17.06	4.964	.720	.756
X3.3	17.09	4.507	.663	.769
X3.4	17.29	5.009	.476	.831
X3.5	16.99	4.937	.705	.759

2. Uji Reliabilitas

a. *Keputusan Pembelian (Y)*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.775	5

b. *Online Customer Review (X1)*

Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.753	5

c. *Gratis Ongkos Kirim (X2)*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.796	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. *Cash On Delivery* (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.819	5

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.58309054
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
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.

4. Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	5.334	2.029		2.629	.010		
Total X1	.367	.096	.350	3.824	.000	.715	1.398
Total X2	.042	.084	.046	.507	.613	.730	1.370
Total X3	.330	.068	.422	4.859	.000	.794	1.259

a. Dependent Variable: Total Y

5. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-1.273	1.249		-1.019	.311		
	Total X1	.079	.059	.162	1.342	.183	.715	1.398
	Total X2	.024	.052	.056	.469	.640	.730	1.370
	Total X3	.010	.042	.028	.244	.808	.794	1.259

a. Dependent Variable: Abs_RES

6. Uji Autokorelasi

Model	Model Summary ^b				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.671 ^a	.450	.432	1.609	1.947

a. Predictors: (Constant), Total X3, Total X2, Total X1

c. Dependent Variable: Total Y

7. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.334	2.029		2.629	.010
	Total X1	.367	.096	.350	3.824	.000
	Total X2	.042	.084	.046	.507	.613
	Total X3	.330	.068	.422	4.859	.000

a. Dependent Variable: Total Y

8. Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.334	2.029		2.629	.010
	Total X1	.367	.096	.350	3.824	.000
	Total X2	.042	.084	.046	.507	.613
	Total X3	.330	.068	.422	4.859	.000



a. Dependent Variable: Total Y

9. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	194.872	3	64.957	25.100	.000 ^b
	Residual	238.087	92	2.588		
	Total	432.958	95			

a. Dependent Variable: Total Y

b. Predictors: (Constant), Total X3, Total X2, Total X1

10. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671	.450	.432	1.609

a. Predictors: (Constant), Total X3, Total X2, Total X1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



© Hak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



ka Riag

pendidikan ke SMPN 23 Pekanbaru, lulus pada tahun 2017. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan ke SMAN 12 Pekanbaru, lulus pada tahun 2020. Kemudian pada tahun 2020, penulis melanjutkan ke perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dan diterima di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Jurusan S1 Manajemen. Dalam masa perkuliahan penulis melaksanakan PKL di Kantor Telkomsel, kemudian melaksanakan KKN di Desa Penarikan, Palalawan. Setelah menyelesaikan PKL dan KKN, penulis melaksanakan penelitian di Kota Pekanbaru pada bulan Maret - April 2024 dengan judul **“Pengaruh *Online Customer Review*, *Gratis Ongkos Kirim* dan *Cash On Delivery* Terhadap Keputusan Pembelian Di E-commerce Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru”**

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.