PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI PENJUAL, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA *SHOPEE* BANGKALAN

Jumrotul Hasanah
Pendidikan Ekonomi
STKIP PGRI Bangkalan
Jumrotulhasanah544@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, lokasi penjual, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pengguna *Shopee* Bangkalan, Populasi penelitiain ini adalah Mahasiswa Bangkalan. Dengan menggunakan teknik *area sampling* dengan jumlah 60 responden pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak terdapat pengaruh, hal ini sesuai hasil uji t yaitu -3,905 < 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Variabel harga berpengaruh signifikan, hal ini sesuai hasil uji t yaitu 5,611 > 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,005. Variabel lokasi penjual berpengaruh signifikan, hal ini sesuai hasil uji t yaitu 4,695 > 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,005. Variabel kepuasan konsumen berpengaruh signifikan, hal ini sesuai dengan hasil uji t yaitu 4,246 > dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,005. Hasil secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, lokasi penjual, dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ini sesuai dengan hasil uji f yaitu 28.868 > 2.54 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.

Kata kunci: *Kualitas Kualitas Produk, Harga, Lokasi Penjual, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian.*

Abstract

This study was made to determine the effect of product quality, price, seller's location, and consumer satisfaction on the purchasing decisions of Shopee Bangkalan users. The population of this research is Bangkalan students. By using area sampling technique with a total of 60 respondents, the data used in this study were questionnaires and documentation. The results of this study indicate that the product quality variable has no effect, this is in accordance with the results of the t test, namely -3.905 < 2.004 with a significance value of 0.000 <0.05. The price variable has a significant effect, this is according to the results of the t test, namely 5.611 > 2.004 with a significance value of 0.000 < 0.005. The seller's location variable has a significant effect, this is according to the results of the t test, namely 4.695 > 2.004 with a significance value of 0.000 < 0.005. The variable of consumer satisfaction has a significant effect, this is in accordance with the results of the t test, namely 4.246> with a significance value of 0.000 <0.005. The results simultaneously show that the variables of product quality, price, seller's location, and consumer satisfaction have a significant effect on purchasing decisions. This is in accordance with the results of the f test, which is 28,868 > 2.54 with a significance value of 0.000 < 0.05.

Keywords: *Product Quality, Price, Seller Location, Consumer Satisfaction, Purchase Decision.*

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi dan transmisi informasi sangat cepat, perkembangan tersebut mengakibatkan suatu persaingan usaha atau pasar yang

semakin ketat dan mampu memberikan berbagai macam pengaruh baik positif ataupun negatif terhadap kehidupan masyarakat, salah satunya dibidang bisnis. Seperti yang kita ketahui bahwa pada zaman dulu sebelum mengenal internet lebih canggih kegiatan jual beli dilakukan tatap muka secara langsung, kemudian sekarang bergeser pada kegiatan jual beli tanpa tatap muka, yang mana kegiatan tersebut dinamakan kegiatan jual beli *online.*

Adapun *platform* yang banyak digunakan oleh seseorang ketika melakukan jual beli *online* adalah *Shopee. Shopee* merupakan *E-commerce* berbasis aplikasi mobile yang berkembang di Indonesia. Dari total 1.000 responden yang berasal dari berbagai kalangan, sebanyak 87% responden menjawab bahwa *Shopee* adalah *platform e-commerce* yang mereka gunakan dalam 3 bulan terakhir, menjadikan *Shopee* sebagai *e-commerce* dengan jumlah pengguna terbanyak dalam periode waktu tersebut *(Sumber: Merdeka.com, 2021)*.

Sesuai data yang telah dijelaskan di atas bahwa *Shopee* menjadi pilihan pertama pengguna *online shop,* dimana *Shopee* tersebut sebagai jembatan antar penjual dan pembeli. *Platform* juga menyediakan deskripsi detaile terkait barang yang dijual sehingga dapat diakses oleh pembeli. Bilamana pembeli merasa tidak puas dikarenakan barang tidak sesuai deskripsi, maka pembeli dapat berkomentar dikomentar yang sudah disediakan platform.

Menurut Wibisono (2019:22-23) kepuasan konsumen merupakan suatu penemuan harapan Konsumen dapat dikatakan puas dengan produk atau jasa yang dibeli jika perusahaan mampu memenuhi harapan produk atau jasa para konsumen tersebut..

Selanjutnya harga, Menurut Daga (2017:79) harga adalah suatu nilai yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat dari memiliki barang atau jasa. Harga juga merupakan penentu seorang konsumen untuk mengambil suatu keputusan dalam membeli suatu produk atau jasa. Kemudian lokasi penjual, menurut Fahrudin *dkk.* (2015:152) lokasi penjual merupakan tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan. Lokasi juga salah satu faktor situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Maka dari itu perusahaan perlu melihat pentingnya konsumen untuk menentukan keputusan pembelian dari lokasi.

Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen tentang bagaimana seorang konsumen memilih barang untuk kepuasan dan keinginan mereka (Kotler dan Armstrong dalam Wibisono, 2019:177). Keputusan pembelian juga tidak lepas dari kepuasan seorang konsumen, jika konsmen merasa puas dengan produk yang dibeli maka konsumen merasa senang, dan gembira sehingga dapat membeli produk itu lagi.

Adapun aktivitas belanja *online* ini juga populer dikalangan perkotaan besar atau daerah pusat kota, melainkan juga merebah terhadap setiap masyarakat. Demikian pula di Kabupaten Bangkalan, Salah satu Kabupaten Provinsi Jawa Timur, Kepulauan Madura, Kabupaten paling barat di Madura. Kecenderungan masyarakat Bangkalan banyak yang menggunakan *platform* jual beli online (*Shopee*) baik masyarakat lintas skala, mulai dari yang tua, muda, begitupun akademisi atau Mahasiswa. Sebab, *Shopee* dirasa menjadi *platform olshop* dengan fasilitas yang mampu mendorong kepuasan konsumen.

Mahasiswa Bangkalan kecenderung memanfaatkan digital untuk melakukan aktivitas belanja *online* dengan menggunakan *platform Shopee* karena dirasa dapat mempermudahnya dalam berbelanja, dapat menghemat biaya, pembayaran bisa dilakukan secara transfer atau bahkan COD, barang bisa dianter kerumah langsung dan harga juga lebih terjangkau bagi kalangan Mahasiswa.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah kualitas produk, harga, lokasi penjual, dan kepuasan konsumen berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian pengguna *Shopee* Bangkalan?
2. Apakah kualitas produk, harga, lokasi penjual, dan kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pengguna *Shopee* Bangkalan?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, lokasi penjual, dan kepuasan konsumen berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian pengguna *Shopee* Bangkalan
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, lokasi penjual, dan kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pengguna *Shopee* Bangkalan

MANFAAT PENELITIAN

1. **Manfaat Teoritis**

   Penelitian ini diharapakan dapat memberikan manfaat terhadap pengetahuan keilmuan dalam pengantar bisnis dan strategi pemasaran.
2. **Manfaat Praktis**
   a. Bagi Mahasiswa: Untuk memahami seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, dan kepuasan konsumen tehadap penjualan yang dilakukan oleh seorang *online shopee* sebagai keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk tersebut.
   b. Bagi Lembaga: Sebagai bahan literasi Mahasiswa STKIP PGRI Bangkalan.
   c. Bagi peneliti selanjutnya: Penelitian ini dapat dijadikan referensi dan pertimbangan keputusan pada permasalahan yang sama.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Sudaryono (2016:44) produk dapat didefinisikan dari sebuah kegiatan pemasaran sebab produk adalah dari salah satu kegiatan perusahaan yang bisa ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu setiap produk harus memiliki keunggulan dari produk lainnya. Salah satunya adalah dari segi kualitas produk yang ditawarkan. Kualitas produk yaitu kunci dari persaingan pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen.

Harga

Harga merupakan salah satu dari *marketing* yang harus diperhatikan oleh menejemen perusahaan, karena dalam proses jual beli harga menjadi salah satu bagian terpenting. Menurut Sudaryono (2016:216) harga merupakan suatu nilai harga yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang berperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

Lokasi

Dalam menentukan lokasi pemasaran, seorang pemasar harus melakukan riset pemasaran guna menetapkan pangsa pasarnya. Lokasi lebih mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen (Tjiptono, 2015:345).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah tindakan pemenuhan dari konsumen, dimana kepuasan kosumen merupakan hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenyamanan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang (Sudaryono, 2016:78). Kepuasan konsumen juga dapat dirasakan setelah mereka dapat membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari seorang penjual barang/jasa dengan harapan dari mereka pembeli itu sendiri.

Keputusan Pembelian

Menurut Wibisono (2019:25) bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu konsep dari perilaku konsumen baik individu, kelompok ataupun organisasi dalam melakukan penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif yang ada dan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu barang, tentu konsumen akan slalu mempertimbangkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli. Mulai dari harga, kualitas, fungsi, bahkan kegunaan barang itu sendiri dan lain sebagainnya (Septiana, 2017:1).

METODE PENELITIAN

Jenis dan rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:8) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi maupun suatu sampel tertentu, pengumpulan data ini menggunakan instrument penelitian, analisa penelitian bersifat statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang ada.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bangkalan.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

   Menurut Sugiyono (2017:61) Populasi merupakan tempat generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempengaruhi kualitas dan sifat tertentu. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Mahasiswa yang kuliah di Bangkalan yang menjadi konsumen *Shopee*

2. Sampel

   Menurut Sugiyono (2017:62) Sampel merupakan bagian dari jumlah populasi dengan meneliti sebagian dari populasi tersebut. Adapun sampel peneliti ini menggunakan *Area Sampling.* Menurut Sugiyono (2015:83) *Area sampling* digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas. Pada penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 60 responden.

Variabel penelitian

1. Variabel Independen

   Variabel independen/bebas merupakan variabel yang mempengaruhi adanya perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2017:4). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah: Kualitas produk, harga, lokasi penjual, dan kepuasan konsumen.

2. Variabel dependen

   Variabel dependen/terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel independen/bebas (Sugiyono, 2017:4). Dalam penelitian ini variabel dependen adalah: Keputusan pembelian

Teknik Pengumpulan Data

Mengenai teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan secara langsung ke objek oleh peneliti untuk melihat secara langsung kegiatan yang dilakukan (Sugiyono, 2015:145). Adapun objek yang akan diobservasi oleh peneliti adalah Mahasiswa yang kuliah di Bangkalan.

2. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah teknik mengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan suatu pertanyaan atau pernyataan berupa tulisan kepada responden untuk dijawab (Sudaryono, 2017:207). Adapun instrumen penelitian pada angket ini

menggunakan angket tertutup, dimana seorang peneliti sudah menyiapkan jawabannya, dan responden tinggal memilih jawabannya.

3. Dokumentasi

Menurut Sudaryono (2017:219) dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, baik melalui orang lain maupun dokumen. Adapun dalam penelitian ini teknik pengumpulan secara dokumentasi ini berupa foto – foto, buku – buku yang relevan dan lain – lainnya.

Teknik Analisis Data

1. Uji validitas dan realibilitas

Menurut Sugiyono (2015:121) menyatakan uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Sugiyono (2015:121) uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu tes dapat dipercaya.

2. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak.

3. Regresi linier berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) regresi linier berganda merupakan regresi yang menjelaskan tentang hubungan antara variabel dependen dengan faktor yang mempengaruhi lebih dari satu variabel independen.

Rumus regresi linier berganda

$Y = \alpha + ß_1X_1 + ß_2X_2 + ß_3X_3 + ß_4X_4 + e$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

X_1 = Kualitas produk

X_2 = Harga

X_3 = Lokasi

X_4 = Kepuasan konsumen

$ß_1 - ß_2$ = Koefisiensi regresi

α = Konstanta

e = eror

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisiensi determinasi digunakan untuk menguji seberapa jauh kemampuan model regresi menerangkan variabel dependen dan bertujuan untuk menentukan presentase total dalam variabel (Ghozali, 2013:171).

5. Uji t dan uji f

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing – masing variabel independen (terikat) secara persial atau individu terhadap variabel dependen (bebas). Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) secara bersama – sama atau simultan (Ghozali, 2013:171).

PEMBAHASAN

Uji validitas

Tabel 1
Uji validitas

No	r hitung	r table	Keterangan
1	0,703	0.254	Valid
2	0,720	0.254	Valid
3	0,575	0.254	Valid
4	0,704	0.254	Valid

5	0,813	0.254	Valid
6	0,600	0.254	Valid
7	0,499	0.254	Valid
8	0,688	0.254	Valid
9	0,626	0.254	Valid
10	0,686	0.254	Valid
11	0,720	0.254	Valid
12	0,772	0.254	Valid
13	0,653	0.254	Valid
14	0,743	0.254	Valid
15	0,586	0.254	Valid
16	0,532	0.254	Valid
17	0,629	0.254	Valid

Sumber: Output SPSS 23.0

Data dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa item pernyataan pada variabel kualitas produk, harga, lokasi penjual, kepuasan konsumen, dan keputusan pembelian memenuhi syarat kesalihan.

Uji reliabilitas

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.805	.812	17

Sumber: Output SPSS 23.0

Bersadarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua variabel dinyatakan reliabel dari bukti nyata dengan nilai *Croanbach Alpha* > 0,06 yang mana 0,812 > 0,06 maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji Reliabilitas pada semua variabel dapat dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.90017980
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.065

	Negative	-.104
Test Statistic		.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.175[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS 23.0

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel menunjukkan bahwa semua variabel pada penelitian ini mempunyai nilai signifikansi 0,175 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Regresi Liner Berganda

Tabel 4
Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.258	1.753		2.430	.018
	Kualitas produk	-.810	.208	-.542	-3.905	.000
	Harga	1.082	.193	.747	5.611	.000
	Lokasi penjual	.522	.111	.393	4.695	.000
	Kepuasan konsumen	.548	.129	.399	4.246	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Output SPSS 23.0

Berdasarkan tabel hasil uji yang menggunakan SPSS 23.0 di atas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Y = 4,258 + -0,810 X1 +1,082 X2 + 0,522 X3 + 0,548 X4 + e

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda di atas adalah sebagai berikut:

a. Konstanta (a)= 4,258, ini menunjukkan tingkat konstanta, dimana jika variabel kualitas produk (X1), harga (X2), lokasi penjual (X3), dan kepuasan konsumen (X4) adalah 0, maka keputusan pembelian (Y) akan tetap sebesar 4,258 dengan asumsi variabel lain tetap.
b. Koefisien ($ß_1$)= -0,810, ini menunjukkkan bahwa variabel kualitas produk (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y), dengan kata lain jika variabel kualitas produk ditingkatkan sebesar satu satuan, keputusan pembelian pengguna *Shopee* Bangkalan akan meningkat sebesar -0,810.
c. Koefisien ($ß_2$)= 1,082, ini menunjukkan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y), dengan kata lain jika variabel harga ditingkatkan sebesar satu satuan, keputusan pembelian pengguna *Shopee* Bangkalan akan meningkat sebesar 1,082.
d. Koefisien ($ß_3$)= 0,522, ini menunjukkan bahwa variabel lokasi penjual (X3) berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian (Y), dengan kata lain jika variabel lokasi penjual ditingkatkan sebesar satu satuan, keputusan pembelian pengguna *Shopee* Bangkalan akan meningkat sebesar 0,522.
e. Koefisien ($ß_4$)= 0,548, ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen (X4) berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian (Y), dengan kata lain jika

variabel kepuasan konsumen ditingkatkan sebesar satu satuan, keputusan pembelian pengguna *Shopee* Bangkalan akan meningkat sebesar 0,548.

Uji t dan uji f

Tabel 5
Uji t
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	4.258	1.753		2.430	.018
	Kualitas produk	-.810	.208	-.542	-3.905	.000
	Harga	1.082	.193	.747	5.611	.000
	Lokasi penjual	.522	.111	.393	4.695	.000
	Kepuasan konsumen	.548	.129	.399	4.246	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Output SPSS 23.0

1. Berdasarkan hasil uji t pada variabel kualitas produk (X1) telah diperoleh nilai t hitung sebesar -3,905 < t tabel 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka Ho diterima dan H_1 ditolak.
2. Berdasarkan hasil uji t pada variabel harga (X2) telah diperoleh nilai t hitung sebesar 5,611 > t tabel 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,005, maka Ho ditolak dan H_1 diterima.
3. Berdasarkan hasil uji t pada variabel lokasi penjual (X3) telah diperoleh nilai t hitung sebesar 4,695 > t tabel 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,005, maka Ho ditolak dan H_1 diterima.
4. Berdasarkan hasil uji t pada variabel kepuasan konsumen (X4) telah diperoleh nilai t hitung sebesar 4,246 > t tabel 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,005, maka Ho ditolak dan H_1 diterima.

Tabel 6
Uji F
ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	100.374	4	25.094	28.868	.000[b]
	Residual	47.809	55	.869		
	Total	148.183	59			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Kepuasan konsumen, Lokasi penjual, Harga, Kualitas produk

Sumber: Output SPSS 23.0

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 28.868 dengan nilai signifikansi 0,000. Maka signifikansi 0,000 < 0,05 dan F hitung 28.868 > F tabel sebesar 2.54. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel independen yaitu kualitas

produk, harga, lokasi penjual, dan kepuasan konsumen terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Hasil penelitian

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *Shopee* Bangkalan
   Diperoleh t_{hitung} sebesar -3.905 < t_{tabel} 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka H_o diterima dan H_1 ditolak yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembeliaan pengguna *Shopee* Bangkalan
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *Shopee* Bangkalan
   Diperoleh t_{hitung} sebesar 5.611 > t_{tabel} 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka H_o ditolak dan H_2 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembeliaan pengguna *Shopee* Bangkalan.
3. Pengaruh Lokasi Penjual terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *Shopee* Bangkalan
   Diperoleh t_{hitung} sebesar 4.695 > t_{tabel} 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka H_o ditolak dan H_3 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh lokasi penjual terhadap keputusan pembeliaan pengguna *Shopee* Bangkalan.
4. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *Shopee* Bangkalan
   Diperoleh t_{hitung} sebesar 4,246 > t_{tabel} 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka H_o ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembeliaan pengguna *Shopee* Bangkalan.
5. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Penjual. dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *Shopee* Bangkalan
   Diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 28.868 dengan signifikan 0,000. Maka signifikansi 0,000 < 0,05 dan F_{hitung} > F_{tabel} sebesar 2.54. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara simultan variabel kualitas produk, harga, lokasi penjual, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembeliaan.

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji t pada variabel kualitas produk (X1) telah diperoleh nilai t hitung sebesar -3,905 < t tabel 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka Ho diterima dan H_1 ditolak. Artinya bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pengguna *Shopee* Bangkalan.
2. Berdasarkan hasil uji t pada variabel harga (X2) telah diperoleh nilai t hitung sebesar 5,611 > t tabel 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,005, maka Ho ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pengguna *Shopee* Bangkalan.
3. Berdasarkan hasil uji t pada variabel lokasi penjual (X3) telah diperoleh nilai t hitung sebesar 4,695 > t tabel 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,005, maka Ho ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh lokasi penjual terhadap keputusan pembelian pengguna *Shopee* Bangkalan

4. Berdasarkan hasil uji t pada variabel kepuasan konsumen (X4) telah diperoleh nilai t hitung sebesar 4,246 > t tabel 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,005, maka Ho ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pengguna *Shopee* Bangkalan.
5. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 28.868 dengan nilai signifikansi 0,000. Maka signifikansi 0,000 < 0,05 dan F hitung 28.868 > F tabel sebesar 2.54. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel independen yaitu kualitas produk, harga, lokasi penjual, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pengguna *Shopee* Bangkalan.

Saran

Dari hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan yang diuraikan di atas maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi *Marketplace Shopee*

Dengan adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk signifikan perngaruh negative terhadap keputusan pembelian pengguna *Shopee* Bangkalan. Maka pihak *Shopee* dapat meningkatkan mutu kualitas produk yang dijual di *Shopee* agar memiliki daya tahan lama, memiliki kesitimewaan produk, dan memimiliki kesesuaian spesifikasi yang sesuai dengan keinginan para konsumen, maka dengan begitu dapat memperkuat pemikiran para konsumen bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang bagus sesuai deskripsi yang tertera.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dan refrensi sebagai pengembangan penelitiannya. Serta alangkah baiknya apabila menambah atau memperluas variabel yang diamati. Seperti halnya dengan menambah variabel kualitas pelayanan atau variabel yang bisa membantu dan memperkuat variabel lainnya. Dengan harapan penelitian selanjutnya akan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Anwar, I., & Satrio, B. (2015). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (*JIRM), 4*(12).

Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan.* Makassar. Global-RCI

Devi, L. K. I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya).* UIN Sunan Ampel Surabaya,

Dewatoro, M. S. D. (2019). *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembellian. Skripsi*. (Skripsi)

Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). *Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya*. Journal Of *Business* And Banking, *5*(1), 149-162.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 21*

Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gine. (2021). *Sejarah Shopee di Indonesia: Marketplace Sukses di Tanah Air.* di unduh dari *https://ginee.com/id/insights/sejarah-Shopee-Indonesia/*

Harahap, D. A. (2018). *Perilaku Belanja Online di Indonesia*: Studi Kasus. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 9*(2), 193-213.

Imalia, I., & Aprileny, I. (2020). *Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Kasus Pembelian Rumah Di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi pada PT. Kentanix Supra Internasional).

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press

Mandey, J. B. (2013). *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1*(4).

Mulyatiningsih, E. (2011). *Riset Terapan Bidang Pendidikan dan Teknik.*

Sastika, W. (2018). *Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe* (Studi Kasus: Pelanggan *Shopee* Di Kota Bandung 2017). *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora, 2*(2), 69-74.

Sastrawan, I. W., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima Di Pantai Penimbangan Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 5*(1).

Septiana, A. (2017). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Kreatif.* Pamekasan: Duta Media Publishing.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

Tantomi, I. (2021). *Berdasarkan Riset Snapcart 2021, Berikut E-Commerce Terbaik Di Indonesia.* Di unduh dari *https://Www.Merdeka.Com/Gaya/Berdasarkan-Riset-Snapcart-2021-Berikut-E-Commerce-Terbaik-Di-Indonesia.Html.*

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Andi.

Wibisono, E. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo.* Universitas Bhayangkara Surabaya.