

**Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan  
Elektronik dan Pembayaran Elektronik Terhadap Keputusan  
Pembelian Pada Situs Tokopedia Di Kota Yogyakarta**



**SKRIPSI**

**Disusun Oleh :**

Wahyu Krisna Mukti

11150112

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**SKRIPSI**

**“Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Elektronik dan  
Pembayaran Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs  
Tokopedia Di Kota Yogyakarta”**



**Disusun Oleh:**

**Wahyu Krisna Mukti**

**11150112**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS**

**KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS  
LAYANAN ELEKTRONIK DAN PEMBAYARAN ELEKTRONIK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS TOKOPEDIA DI  
KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana  
Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

**Disusun Oleh:**

**WAHYU KRISNA MUKTI**

**NIM 11150112**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK DAN PEMBAYARAN ELEKTRONIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS TOKOPEDIA DI KOTA YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan di pertahankan oleh

**WAHYU KRISNA MUKTI**

**11150112**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

**Fakultas Bisnis**

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 24 Oktober 2019

**Nama Dosen**

**Tanda Tangan**

1. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D  
(Ketua Tim)
2. Dra. Ety Istriani, M.M  
(Dosen Penguji)
3. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl Secr., MM  
(Dosen Penguji / Dosen Pembimbing)



Yogyakarta, 11 Nov 2019

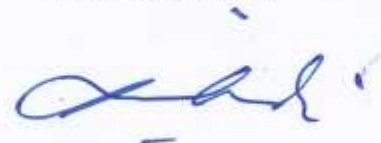
**Disahkan Oleh:**

Dekan,

Ketua Program Studi



Dr. Perminas Pangeran, M.Si



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

### **ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, *e-SERVICE* *QUALITY* DAN *e-PAYMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS TOKOPEDIA DI KOTA YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, adalah bukan hasil tiruan dan atau duplikasi dari hasil karya pihak lain pada perguruan tinggi atau institusi manapun, kecuali pada bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 15 Oktober 2019



Wahyu Krisna Mukti

11150112

## HALAMAN MOTTO

*“Diberkatilah orang yang mengandalkan Tuhan, yang menaruh harapannya pada Tuhan!”*

**- Yeremia 17:7 –**

*“Tetapi kamu ini, kuatkanlah hatimu, janganlah lemah semangatmu, karena ada upah bagi usahamu!”*

**- 2 Tawarikh 15:7-**

*“Setiap perjuanganmu pasti akan memperoleh hasil asal kamu tidak menyerah dalam prosesnya sebab Tuhan adalah setia dan adil.”*

**-Wahyu K.M-**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang selalu menyertai penulis dari awal kuliah sampai menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Papa dan Mama, yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dari awal kuliah sampai mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik melalui setiap doanya.
3. Saudara kandung penulis, Samuel yang selalu memberi dukungan selama penulis berada di Yogyakarta untuk melanjutkan pendidikannya.
4. Ibu Lucia Nurbani Kartika, selaku dosen pembimbing yang membimbing dan selalu memberikan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Para dosen pengajar, yang telah membimbing penulis dari awal perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi.
6. Saudara – saudara HW Youth yang selalu memberi semangat bagi penulis untuk dapat menyelesaikan perkuliahan.
7. Kakak – kakak tingkat yang selalu mendukung dan membimbing selama perkuliahan: Anggun Filia Krisdananti, Ivan Jonadie, Sagita Deo Santoso.
8. Sahabat terbaik penulis dari awal kuliah : Joshua Okta Nugraha Jatmiko, Robert Yudanto.
9. Saudara-saudara PMK Soli Deo Gloria yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
10. Adik-adik Angkatan 16: Dery Purdawa, Charis Welly, Ego Tarigan, Elvin Daniela.
11. Adik-adik Angkatan 17: Pranedy Welly, Erika Cyltania.
12. Semua adik tingkat yang turut memberi semangat untuk penulis dapat menyelesaikan skripsi.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul “Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Elektronik dan Pembayaran Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Tokopedia Di Kota Yogyakarta”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Terselesaikannya skripsi ini tidak jauh dari dukungan, bimbingan, dan motivasi yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang sudah memberikan dukungan, bimbingan dan motivasi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat bermanfaat bagi penulis agar dapat melengkapi kekurangan yang ada. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 15 Oktober 2019

Penulis,

Wahyu Krisna Mukti

11150112



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGAJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian .....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Batasan Penelitian .....	6
<b>BAB II</b> .....	<b>8</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1. Landasan Teori .....	8
2.1.1. <i>e-Commerce</i> .....	7
2.1.2. Keragaman Produk .....	11
2.1.3. Kualitas layanan elektronik .....	15
2.1.4. Pembayaran Elektronik .....	18
2.1.5. Keputusan Pembelian .....	22
2.2. Penelitian Terdahulu.....	30
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32
2.4. Hubungan Antara Keragaman Produk Dengan Keputusan Pembelian .....	33
2.5. Hubungan Antara Kualitas layanan elektronik Dengan Keputusan Pembelian.....	33

2.6.	Hubungan Antara Pembayaran Elektronik Dengan Keputusan Pembelian.....	34
<b>BAB III</b> .....		<b>35</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....		<b>35</b>
3.1.	Jenis Penelitian .....	35
3.1.1.	Deskriptif.....	35
3.1.2.	Kuantitatif.....	35
3.2.	Sumber Data.....	35
3.2.1.	Data Primer.....	35
3.2.2.	Data Sekunder .....	35
3.3.	Metode Pengumpulan Data .....	36
3.3.1.	Kuesioner.....	36
3.4.	Populasi dan Sampel .....	36
3.4.1.	Populasi .....	36
3.4.2.	Sampel.....	36
3.5.	Metode Pengukuran Variabel.....	36
3.6.	Definisi Operasional Variabel.....	37
3.7.	Uji Instrumen Penelitian.....	39
3.7.1.	Uji Validitas .....	39
3.7.2.	Uji Reliabilitas.....	39
3.7.3.	Analisis Deskriptif.....	40
3.8.	Pengujian Hipotesis .....	40
3.8.1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.8.2.	Uji Parsial (Uji t) .....	41
3.8.3.	Uji Statistik F.....	41
3.8.4.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	42
<b>BAB IV</b> .....		<b>43</b>
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....		<b>43</b>
4.1.	Deskripsi Responden .....	44
4.1.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.1.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.1.3.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.1.4.	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	47
4.1.5.	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	48
4.1.6.	Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian (6 Bulan Terakhir).....	49

4.2.	Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	50
4.2.1.	Uji Validitas.....	50
4.2.2.	Uji Reliabilitas.....	51
4.3.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
4.3.1.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	54
4.3.2.	Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F) .....	54
4.3.3.	Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	56
4.4.	Pembahasan .....	58
4.4.1.	Pengaruh Variabel Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	58
4.4.2.	Pengaruh Variabel Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian 61	
4.4.3.	Pengaruh Variabel Pembayaran Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
<b>BAB V</b>	.....	<b>63</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>63</b>
5.1.	Kesimpulan.....	63
5.1.1.	Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden.....	63
5.1.2.	Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	64
5.1.3.	Hasil Analisis Uji F .....	64
5.1.4.	Hasil Analisis Uji t .....	64
5.2	<b>Saran</b> .....	64
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan .....	64
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Skala Linkert.....	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1 Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.2 Usia .....	45
Tabel 4.3 Pekerjaan .....	46
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir.....	47
Tabel 4.5 Pendapatan per Bulan .....	48
Tabel 4.6 Jumlah Pembelian.....	49
Tabel 4.7 Uji Validitas.....	50
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.9 Regresi Linier Berganda .....	52
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi .....	54
Tabel 4.11 Uji Simultan F.....	55
Tabel 4.12 Uji T .....	56
Tabel 4.13 Regresi secara Parsial .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 6 <i>e-Commerce</i> Paling Banyak Dikunjungi .....	3
Gambar 2.1 Transaksi <i>e-Commerce</i> Di Asia .....	10
Gambar 2.2 Dinamika Pencarian Informasi .....	26
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian.....	27

© UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Excel (Jawaban Responden)
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 5 : Tabel Frekuensi
- Lampiran 6 : Kartu Konsultasi Skripsi

©UKDW

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan *e-Commerce* saat ini cukup pesat semakin menjanjikan bagi para pengusaha *start-up* yang sedang ingin memulai usahanya di Indonesia. *e-Commerce* atau disebut juga perdagangan elektronik merupakan aktivitas yang berkaitan dengan pembelian, penjualan, pemasaran barang ataupun jasa dengan memanfaatkan sistem elektronik seperti internet ataupun jaringan komputer. *e-Commerce* juga melibatkan aktivitas yang berhubungan dengan proses transaksi elektronik seperti *transfer* dana elektronik, pertukaran data elektronik dan lain sebagainya. Melalui sistem penjualan berbasis web, perusahaan memiliki peluang yang sama agar dapat bersaing dan berhasil berbisnis di dunia maya. (Barkatulla, 2005 dalam Linda, 2018). Berdasarkan data dari *Startupranking.com* situs *start-up e-commerce* di Indonesia yang populer diantaranya adalah Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Blibli, Traveloka, Elevenia, Blanja.com, Zalora. (Sri, Emma dan Diah, 2018). Situs – situs tersebut merupakan situs-situs yang memungkinkan masyarakat untuk menjadi penjual maupun pembeli dalam kegiatan perjual-belian. Banyaknya situs *start-up* yang berkembang membuktikan bahwa dengan perkembangan teknologi saat ini terutama dalam penggunaan internet cukup pesat. (Tambunan, 2006 dalam Wicaksono, 2018)

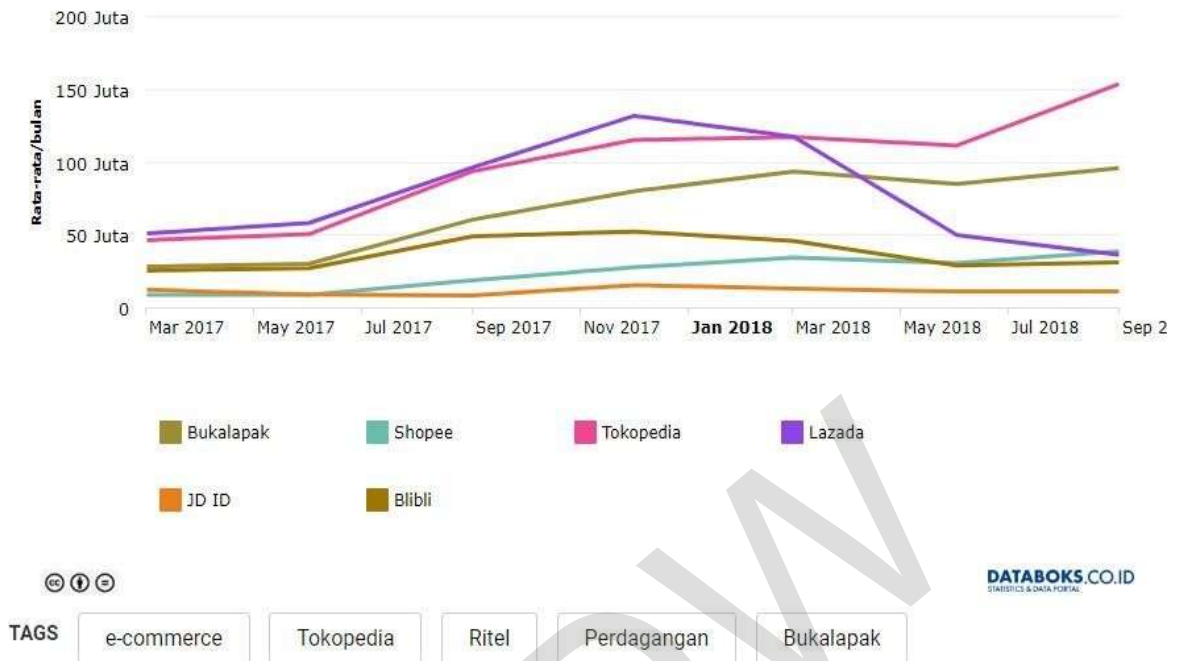
Salah satu situs *online shop* yang terkenal saat ini yaitu Tokopedia. Pada tahun 2016 dikatakan William Tanuwijaya yang merupakan CEO dari Tokopedia dalam bisnis tempo lebih dari 16,5 juta barang setiap bulan dikirim ke pembeli di Tokopedia. Berdasarkan data SimilarWeb, Tokopedia (peringkat 9 di Indonesia) bahkan mengalahkan Twitter dan Wikipedia. Data dari Appnie juga menunjukkan bahwa aplikasi Tokopedia paling banyak dipakai ketimbang situs *e-Commerce* lain, seperti

Lazada (15), Bukalapak (17), Blibli (22), Elevenia (18), atau Mataharimall.com (20). Total pengguna aktifnya dua kali lipat pengguna situs *e-Commerce* lain (Bisnis.Tempo.Co, 2019). Sedangkan pada tahun 2018 yang lalu pada bulan Februari dalam teknologi.id melansir dari Asian Nikkei Review, Indonesia mengalami pertumbuhan konsumen *e-Commerce* sebesar 11 juta sepanjang 2017. Jumlah ini membuat total konsumen *e-Commerce* menjadi 35 juta. Survei yang dilakukan *FT Confidential Research* (FTCR) terhadap 1.000 konsumen perkotaan memperlihatkan *e-Commerce* lokal yakni Tokopedia masih menjadi ‘tuan di rumah sendiri’ dengan mengalahkan Lazada Indonesia. Dikatakan bahwa 70% masyarakat Indonesia telah menggunakan jasa dari Tokopedia dan memperkuat posisinya khususnya di Pulau Jawa. Dari situs CNN Indonesia, 2018 juga dilansir bawa Tokopedia yang sedang naik daun berhasil mencuri perhatian menjadi salah satu perusahaan *e-Commerce* ternama dan *marketplace* ini mendapatkan kucuran dana yaitu dari raksasa *e-Commerce* dunia Alibaba Group sebesar US\$1,1 miliar atau setara Rp14,7 triliun.

Performa perusahaan rintisan yang dipimpin William Tanuwijaya ini begitu mendominasi pasar *e-Commerce* tanah air sepanjang tahun 2018. Data SimilarWeb, jumlah kunjungan di situs Tokopedia selalu berada di atas situs *e-commerce* lain setiap bulan.



## 6 e-Commerce yang Paling Banyak Dikunjungi di Indonesia (2017-TW III 2018)



Gambar 1.1

Sumber: <https://katadata.co.id/iPrice>

Dalam situs *iPrice.co.id* dilaporkan bahwa pada kuartal I tahun 2018 Lazada hingga kini masih mampu bertahan di posisi puncak sebagai *marketplace* yang memiliki jumlah pengunjung tertinggi, diikuti oleh e-commerce lokal Tokopedia dan Bukalapak. Jika melihat trend tahun 2018 Tokopedia mengalami peningkatan yang sangat baik namun belum dapat menyaingi Lazada yang berada di posisi puncak.

Menurut Howard (2007) dalam Mochamad Ridzky 2011 *e-Commerce*, terutama pemesanan dan pembelian *e-Commerce*, tumbuh seiring dengan kemampuannya untuk menghantar dengan baik beberapa hal dan salah satunya adalah keragaman produk. Howard mengatakan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko *online* karena konsumen lebih memilih toko *online* yang mempunyai banyak pilihan produk. Tokopedia sendiri telah menyediakan berbagai produk yang beragam yang memudahkan para konsumen untuk memilih sesuai dengan keinginan mereka.

Adanya layanan elektronik yang disediakan oleh Tokopedia ditujukan untuk memberikan kenyamanan bagi para konsumen untuk melakukan pembelian produk melalui *online shop* ini. Kualitas layanan elektronik didefinisikan sebagai sejauh mana sebuah situs web memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman yang efisien dan efektif (Zeithaml *et al*, 2009, p. 115). Terdapat pada penelitian yang telah dilakukan oleh Ni Wayan Nonik Ismayanti dkk (2015) menyatakan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Selain keragaman produk dan kualitas layanan elektronik, layanan pembayaran online atau jasa pembayaran elektronik juga disediakan oleh Tokopedia. Layanan ini merupakan layanan pembayaran secara *online* yang memberikan kecepatan dan keamanan dalam bertransaksi dan juga aman untuk digunakan oleh para konsumen. Layanan ini sangatlah berpengaruh bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian melalui Tokopedia dikarenakan uang yang mereka gunakan untuk membeli produk yang mereka inginkan sudah pasti akan diterima oleh pihak penjual dan tidak akan hilang. Raman Arasu dan Viswanathan A. (2011), dalam Sukma (2011) melalui studi yang dilakukan pada konsumen *online* di Malaysia, menemukan bahwa pembayaran elektronik yang aman memiliki hubungan yang positif dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian secara *online*.

Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai **Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas layanan elektronik dan Pembayaran Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Tokopedia Di Kota Yogyakarta.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Pesatnya perkembangan dalam penggunaan *online shop* ini mengakibatkan banyaknya bermunculan para pengusaha *start up* yang memilih menggunakan *online*

*shop* sebagai media atau *market place* mereka. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada *online shop*. Dari latar belakang diatas, maka disusunlah perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia ?
2. Apakah ada pengaruh kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia ?
3. Apakah ada pengaruh layanan pembayaran elektronik (*e-payment*) terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia ?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Sesuai dengan permasalahan diatas maka tujuan penelitian adalah :

1. Menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia.
2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia.
3. Menganalisis pengaruh layanan pembayaran elektronik (*e-payment*) terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia.

### **1.4 Manfaat penelitian**

Melalui penelitian ini penulis memberikan masukan baik bagi perusahaan yang menjadi subjek penelitian, bagi akademisi, maupun penulis sendiri. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi toko *online* Tokopedia

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam melihat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen pada Tokopedia.

## 2. Bagi Akademisi

Bagi para akademisi, penulis berharap melalui hasil analisis ini dapat menambah pengetahuan rekan-rekan para akademisi terkait bisnis digital.

## 3. Bagi penulis

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan terapan disamping pengetahuan teoritis yang di dapat selama kuliah. Selain itu sebagai salah satu syarat yang harus terpenuhi untuk memperoleh derajat kesarjanaan S1 pada fakultas bisnis UKDW.

### 1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas sehingga mendapat hasil yang baik serta terarah sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti, maka dilakukan batasan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan kepada responden yang adalah konsumen yang pernah membeli barang pada Tokopedia selama periode Maret – Agustus 2019.
2. Responden yang diambil sebanyak 100 orang karena berhubungan dengan alat analisis yang digunakan.
3. Tempat penelitian dilakukan di kota Yogyakarta.
4. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
  - a. Independen :
    - Keragaman Produk (X1)  
adalah ragam produk yang sesuai dengan keinginan pembeli.  
(Benson., 2007)

- Kualitas Layanan Elektronik (X2)  
merupakan pelayanan yang diberikan kepada konsumen jaringan internet sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien. (Chase, 2006)
- Layanan Pembayaran Elektronik (X3)  
adalah sistem perpindahan mata uang pada saat transaksi yang dilakukan melalui media digital. (Laudon dan Traver., 2009)

b. Dependen :

- Keputusan Pembelian (Y)  
Secara umum keputusan adalah pemilihan dari dua atau lebih alternative pilihan (Schiffman & Kanuk, 2000).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Elektronik Dan Pembayaran Elektronik terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia di Kota Yogyakarta, dari 100 orang responden yang telah berpartisipasi mengisi kuesioner penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

##### **5.1.1. Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden**

1. Persentase jenis kelamin didominasi oleh responden yang memiliki jenis kelamin wanita yaitu 55% dari 100 responden yang berpartisipasi.
2. Persentase usia didominasi oleh responden yang memiliki usia 16 – 25 tahun yaitu 55% dari 100 responden yang berpartisipasi.
3. Persentase pekerjaan didominasi oleh responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa dan pegawai swasta yaitu 43% dari 100 responden yang berpartisipasi.
4. Persentase jumlah pembelian dalam 6 bulan terakhir didominasi oleh responden yang melakukan pembelian sebanyak 1 kali yaitu 50% dari 100 responden yang berpartisipasi.
5. Persentase pendapatan per bulan didominasi oleh responden yang memiliki rata-rata pendapatan lebih dari Rp 5.000.000 yaitu 31% dari 100 responden yang berpartisipasi.
6. Persentase Pendidikan terakhir yang melakukan pembelian didominasi oleh responden yang memiliki Pendidikan terakhir S1 yaitu 52% dari 100 responden yang berpartisipasi.

### **5.1.2. Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Nilai *adjusted* ( $R^2$ ) pada penelitian ini sebesar 63,4%, Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel Y (Keputusan Pembelian) mampu dijelaskan sebesar 63,4% oleh variabel X1, X2, X3 (Keragaman Produk, Kualitas Layanan Elektronik, Pembayaran Elektronik). Sedangkan sisanya sebesar 36,6% (100% - 63,4%) dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

### **5.1.3. Hasil Analisis Uji F**

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel yaitu keragaman produk, kualitas layanan elektronik dan pembayaran elektronik dalam penelitian ini secara simultan atau bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia di Kota Yogyakarta karena nilai probabilitasnya adalah 0.000.

### **5.1.4. Hasil Analisis Uji t**

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa variabel keragaman produk, kualitas layanan elektronik dan pembayaran elektronik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia di Kota Yogyakarta.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

### **5.2.1. Saran Bagi Perusahaan**

Berdasarkan hasil penelitian ketiga variabel yang diteliti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia di Kota Yogyakarta. Namun ada beberapa saran yang akan diberikan guna semakin meningkatkan kualitas dari Tokopedia. Berikut beberapa saran yang diberikan :

- a. Tokopedia mampu untuk melakukan *maintenance* rutin terkait dengan aplikasi yang ada agar tidak terjadi *error* ketika melakukan transaksi dan menjaga performa yang ada tetap baik.
- b. Tokopedia mampu untuk selalu *update* akan produk – produk yang menjadi kebutuhan konsumen saat ini dengan melihat pada perkembangan tren pasar agar produk – produk yang tersedia dapat selalu memenuhi kebutuhan konsumen.

### **5.2.2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

- a. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengangkat topik baru tentang hal yang berhubungan dengan kualitas layanan elektronik dan pembayaran elektronik agar dapat terus berkembang.
- b. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan Lazada atau perusahaan *start-up* lainnya sebagai objek penelitian berikutnya sebagai pembanding.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, K. (2012). "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen Di Kota Semarang)". Skripsi Universitas Diponegoro Semarang.
- Arwiedya, M.R. (2016). "Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Fashion Online Yang Bertindak Sebagai Reseller Yang Ada Di Indonesia)". Skripsi Diponegoro Semarang.
- Baskara, I.P. dan Haryadi, G.T. (2014). "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Websites) (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Semarang)". Jurnal eprints.dinus.ac.id. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
- Fathi, S. (2014). "Analisis Penerimaan *e-Wallet* Di Indonesia: Studi Kasus Doku Wallet". Karya Akhir Universitas Indonesia.
- Firdausya, C.P. dan Oktini, D. (2018). "Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Go-Jek di Bandung)". Prosiding Manajemen. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- Gosal, M.A. dan Linawati, N. (2018). "Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Mobile Payment terhadap Spending Behavior". SENIMA 3. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Hanin, A.T. (2011). "Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang)". Skripsi Universitas Diponegoro Semarang.
- Irfan, F., Widarko, A. dan Slamet, A.R. (2017). "Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Minimarket Alkhaibar)". e- Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN. Malang: Universitas Islam Malang.

- Ismayanti, Ni, W.N., Suardana, I W. dan Negara, I M.K. (2015). “Pengaruh Kepercayaan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Akomodasi Di Bali Pada Situs Booking.Com”. Jurnal IPTA Vol. 3 No. 1. Bali: Universitas Negeri Udayana.
- Manalu, R.T.M. (2016). “Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Baby Shop PT.Putera Raja Sejahtera Medan”. Skripsi Universitas Medan Area Medan.
- Maulana, R. dan Kurniawati, K. (2014). “Pengaruh Kualitas E-Service Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Website Koren Denim)”. Jurnal Manajemen, Vol.13, No. 2. Bandung: Universitas Kristen Maranatha.
- Mulyasari, H., Bi, T.T. dan Wijaya, A.B.M. (2014). “Analisis Jenis Sistem Pembayaran Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia”. Jurnal Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi 2014 (SENTIKA 2014). Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Nopriani. (2016). “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kecap Manis ABC (Studi UD. Toko Harapan Besar Di Desa Suka Maju DK 4D)”. Skripsi Universitas Pasir Pengaraian Riau.
- Putri, A.A.K.S. (2018). “Analisis Pengaruh Sikap Generasi Milineal Terhadap Minat Beli Online Pada Situs Jejaring Sosial”. Skripsi Universitas Islam Indonesia.
- Rozi, A.F. dan Harti. (2017). “Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Online (Konsumen pembeli Tiket Kereta Api onlinePT. KAI DAOP 8 Surabaya Gubeng)”. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Setyaningsih, N.F. (2016). “Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk, Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta)”. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Tobagus, A. (2018). “Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia”. AGORA Vol. 6, No. 1. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Tobing, F.M. dan Sihombing, D. (2016). “Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Carrefour Citra Garden Medan)”. JURNAL PLANS Penelitian Ilmu Manajemen & Bisnis Volume 11 No. 2. Medan: Universitas Negeri Medan.

### **Website**

(<https://katadata.co.id/berita/2018/12/24/kilas-balik-e-commerce-2018tokopedia-dan-bukalapak-terus-mendominasi> diakses pada 23 Maret 2019, Pukul 18.55)

(<http://startupbisnis.com/> diakses pada 24 Maret 2019, Pukul 19.17)

(<http://Liputan6.com/> diakses pada 24 Maret 2019, Pukul 19.47)