

**Pengaruh Kupon Gratis Ongkir dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Platform Tiktok Shop di Kota Sampit**

**Berliana Kiantoro<sup>1</sup>, Yuli Andriyati<sup>2</sup>,**

Universitas Darwan Ali Sampit

berlianakiantoro2604@gmail.com, yulianandriyati78@gmail.com

**ABSTRACT**

*Web based shopping is a movement or action that is in many cases completed by different age bunches since it is not difficult to do and saves time. The goal of this study was to find out how variables related to free shipping and product completeness, free shipping coupons, and free shipping coupons combined influenced consumers' choices when making purchases. This examination is a quantitative report utilizing an example of 100 respondents who have made buys through the TikTok Shop stage. Questionnaires were distributed for data collection. The testing assurance method utilized was side purposive. The information investigation strategy utilized is different straight relapse examination. The consequences of the review show that the two X factors, in particular Free Delivery Coupons and Item Fulfillment, impact Buy Choices on the TikTok Shop Stage.*

**Keywords:** *TikTok shop, Free Shipping Coupons, Product Completeness.*

**ABSTRAK**

Berbelanja *online* menjadi kegiatan atau aktivitas yang sering dilakukan oleh berbagai kalangan usia karena mudah dilakukan dan hemat waktu. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh variabel kupon gratis ongkir terhadap keputusan pembelian, mengetahui pengaruh variabel kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian, mengetahui pengaruh variabel kupon gratis ongkir dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang pernah melakukan pembelian melalui platform TikTok Shop, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik penentuan sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari dua variabel X yaitu Kupon Gratis Ongkir dan Kelengkapan Produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Platform Tiktok Shop.

**Kata kunci:** Tiktok shop, Kupon Gratis Ongkir, Kelengkapan Produk.

**PENDAHULUAN**

Pada masa kontemporer yang sedang berlangsung, perubahan dunia telah berdampak pada seluruh dunia, termasuk Indonesia, dan hal ini menyebabkan ilmu pengetahuan dan inovasi (IPTEK) terus berkembang semakin cekatan.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan inovasi yang semakin cepat dan kompleks, telah mendorong perubahan pola kehidupan bangsa Indonesia yang mulai mengarah pada cara hidup yang mutakhir. Alhasil, hal-hal bergeser sesuai dengan tuntutan masa kini, seperti cara orang berbelanja. Masyarakat umum biasanya langsung pergi ke toko pusat perbelanjaan untuk melakukan pembelian di awal. Kini mereka hanya melakukan pembelian secara *online* dengan bantuan gadget, akses internet cepat dan terjangkau, serta aplikasi yang mendukung belanja *online*.

Saat ini masyarakat setempat semakin bekerja sama dalam melakukan berbagai kegiatan. Belanja *online* merupakan salah satu kegiatan yang kini mulai populer di kalangan masyarakat. Kegiatan belanja *online* mulai menjadi variasi dari kebiasaan baru masyarakat di masa wabah virus Corona yang mulai muncul di Indonesia dalam kurun waktu yang lama yaitu tahun 2020 hingga 2022. Yang membuat masyarakat tidak bisa melakukan aktivitas seperti keramaian di luar dari rumah mereka untuk menghindari keramaian adalah penerapan *social distancing* oleh pemerintah yang menyebabkan maraknya belanja *online* karena itu satu-satunya cara bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya di masa pandemi yang semakin parah ini.

Banyak platform *e-commerce* mulai bermunculan di era ketika konsumen sangat ingin berbelanja *online*. dari yang sudah familier dengan orang Indonesia, seperti situs *e-commerce* Shopee, Tokopedia, Blibli, Lazada, dan Bukalapak. Selain itu, fitur untuk pembelian online telah ditambahkan ke situs jejaring sosial seperti Tiktok, Facebook (Fb Marketplace), dan Instagram (Instagram Shop). Saat ini, Tiktok merupakan aplikasi media sosial yang aktif dan banyak disukai masyarakat.

TikTok merupakan platform media sosial yang banyak dicari dan dianut oleh berbagai kalangan usia, termasuk namun tidak terbatas pada anak kecil, remaja, milenial, dan Generasi Z. Tiktok merupakan aplikasi yang menampilkan berbagai konten unik. konten video pendek yang bagus dan kreatif, tidak hanya untuk hiburan dengan menampilkan tarian, tetapi juga konten berupa konten pendidikan yang bermanfaat yang dibuat oleh para kreator. Dalam melakukan aktivitas belanja *online* ini, calon pelanggan yang ingin membeli suatu barang atau tergantung jasa ekspedisi yang digunakan (J&T, JNE, SiCepat, dll), besarnya biaya pengiriman ini wilayah yang dituju dan berat barang dalam kilogram. Menerapkan program kupon gratis ongkos kirim yang merupakan fitur promosi unggulan yang ditawarkan Tiktok kepada calon konsumen yang akan berbelanja, merupakan salah satu keistimewaan yang ditawarkan oleh Tiktok Shop. Tiktok Shop juga bisa memberikan penawaran yang sangat menarik yaitu ongkos kirim 0 rupiah atau gratis ongkos kirim ke seluruh Indonesia dimana calon pembeli tidak perlu membayar ongkos kirim.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan proses pengumpulan data dari responden menggunakan pembagian kuesioner yang

kemudian diolah untuk jadi data yang akan diteliti. Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Sampit, Kotawaringin Timur yang pernah berbelanja *online* melalui platform TikTok Shop dan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Normalitas

**Tabel 1. Output Uji Normalitas**

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	,079	100	,125	,986	100	,359

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Data Primer, 2023

Hasil pengujian ditunjukkan pada tabel 1, dan Kolmogorov-Smirnov memiliki tingkat signifikansi 0,125, atau 13% (suku lebih besar dari 0,05). Oleh karena itu, data penelitian ini berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 2. Output Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,564	,260		2,165	,033		
	Kupon Gratis Ongkir	,176	,080	,199	2,202	,030	,609	1,642
	Kelengkapan Produk	,627	,098	,578	6,399	,000	,609	1,642

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer, 2023

Hasil uji multikolinearitas disajikan pada tabel 2, yang menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk dan variabel kupon gratis ongkos kirim keduanya memiliki nilai Toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Oleh karena itu penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 3. Output Uji Heterokedastisitas**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	,023	2	,012	,727	,486 <sup>b</sup>
	Residual	1,538	97	,016		
	Total	1,561	99			

a. Dependent Variable: RES\_2  
 b. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk, Kupon Gratis Ongkir

Sumber: Data Primer, 2023

Hasil uji heteroskedastisitas disajikan pada tabel 3, dengan tingkat signifikansi 0,486 (suku lebih besar dari 0,05). Oleh karena itu, penelitian ini tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

**Uji Hipotesis**

**Uji t**

**Tabel 4. Output Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,564	,260		2,165	,033
	Kupon Gratis Ongkir	,176	,080	,199	2,202	,030
	Kelengkapan Produk	,627	,098	,578	6,399	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat dilihat: Kupon gratis ongkos kirim mempengaruhi keputusan pembelian karena nilai signifikansi kupon gratis ongkir < 0,05 yaitu 0,030. Hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima. Karena nilai signifikansinya 0,05 atau 0,000 maka kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa H2 diterima.

**Uji F**

**Tabel 5. Output Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8,751	2	4,376	52,062	,000 <sup>b</sup>
	Residual	8,152	97	,084		
	Total	16,903	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
 b. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk, Kupon Gratis Ongkir

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 5 di atas menunjukkan nilai Sig. kurang dari 0,05 Maka disimpulkan bahwa variabel kelengkapan produk dan kupon gratis ongkos kirim secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa H3 dapat diterima.

**Pembahasan**

Dari hasil pengujian yang sudah dilakukan terhadap 100 responden dalam penelitian ini, selanjutnya bagian ini akan menjelaskan setiap hubungan antara variabel yang tercakup dalam penelitian ini.

**Pengaruh Kupon Gratis Ongkir (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kupon gratis ongkir memiliki nilai positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai signifikansi didapat sebesar 0,030 dilihat dari uji t dengan arah positif (0,176). Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan melakukan pembelian akan meningkat seiring dengan kemudahan mendapatkan kupon gratis ongkos kirim dan besarnya kupon gratis ongkos kirim yang ditawarkan oleh TikTok Shop.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tusanputri dan Amron, 2021) yang menganggap bahwa kupon gratis ongkir secara memengaruhi keputusan pembelian.

**Pengaruh Kelengkapan Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Hasil uji t yang menunjukkan arah positif sebesar 0,627 menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan secara statistik sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas berbagai produk unggulan di TikTok Shop secara mendasar dapat memengaruhi perilaku pembeli, sehingga meningkatkan keputusan pembelian. Pernyataan di atas sesuai dengan temuan penelitian (Fakhroh, 2019) yang

menunjukkan bahwa tingkat kepunahan barang sangat mempengaruhi perilaku pembelian pembeli.

### **Pengaruh Kupon Gratis Ongkir (X1) dan Kelengkapan Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Kupon gratis ongkos kirim dan kelengkapan produk memiliki pengaruh signifikan yang sama dengan hasil uji  $f$ , dengan arah positif sebesar 0,000, sesuai dengan temuan penelitian.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Kupon gratis ongkir memberi pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian melalui TikTok Shop.
2. Kelengkapan produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian melalui TikTok Shop.
3. Kupon gratis ongkir dan kelengkapan produk secara bersama-sama berdampak signifikan positif tentang keputusan pembelian.

### **SARAN**

1. Bagi peneliti ke depannya yang akan mengangkat topik serupa diharapkan untuk menambahkan variabel tambahan yang juga memengaruhi putusan pembelian tetapi tidak diselidiki, misalnya harga, *content marketing*, iklan dan sebagainya. Serta juga bisa melakukan uji beda terhadap platform lain.
2. Untuk pihak TikTok Shop diharapkan agar bisa tetap mempertahankan kupon gratis ongkir dan kelengkapan produk yang disediakan agar konsumen tetap melakukan pembelian melalui TikTok Shop dan tidak berpindah ke *e-commerce* lain.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alfitroch, U. A., Farida, E., & Rahman, F. (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.
- Aulianiar. (2020). The Pengaruh citra merek, diskon dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMAND)*, 2(2). <https://doi.org/10.46757/demand.v2i2.114>

- Ayu, R. M. (n.d.). TikTok Bukukan Pendapatan Rp20,47 Triliun pada Kuartal I 2022. DATABOKS.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30.
- Dihni, V. A. (n.d.-a). Pengguna TikTok Mayoritas Berusia Muda, Ini Rinciannya. DATABOKS.
- Dihni, V. A. (n.d.-b). Pengguna Tiktok Terus Bertambah Sampai Kuartal I 2022. DATABOKS.
- Fakhroh, I. L. (2019). PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA. *Economic And Business*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller, P. kotler and kevin lane. (2008). *Manajemen Pemasaran 12*.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Erlangga.
- M.Sesaria. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. Bab li Kajian Pustaka 2.1, 2004, 6–25.
- Pahlevi, R. (n.d.). Pendapatan Shopee Meningkat 64% (yoy) pada Kuartal I 2022. DATABOKS.