Jurnal
Pemasaran Bisnis

https://journalversa.com/s/index.php/jpb Vol 6, No. 4 November 2024

PERILAKU IMPULSE BUYING AKIBAT DARI ADANYA PENGARUH SHOPEE LIVE, SHOPEE PAYLATER, DAN KOIN SHOPEE.

Fajar Nur Rizqi[1], Akhmad Suharto[2], Ira Puspitadewi S[3]
[1,2,3]Universitas Muhammadiyah Jember
fjrnrrizqi09@gmail.com[1], akhmadsuharto@unmuhjember.ac.id[2],
irapuspita@unmuhjember.ac.id[3]

Abstract
Shopee is a marketplace with a high number of customers, one of which is from students. This study aims to determine the impulse buying behavior due to the influence of Shopee Live, Shopee Paylater, and Shopee Coins on students in Jember Regency. The method used is explanatory research through a quantitative approach and sampling using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. The study used 85 respondents taken from students of the Muhammadiyah University of Jember, Jember University, and the Islamic State University of Jember in 2020-2023 as research samples. The data analysis technique used the t-test and multiple linear regression analysis to answer the research hypothesis statement. The results of this study indicate that: (1) Shopee Live has a positive and significant effect on impulse buying behavior with a significance level of 0.001 <0.05; and a multiple linear regression coefficient of 0.327; (2) Shopee Paylater has a positive and significant effect on impulse buying behavior with a significance level of 0.041 <0.05; and a multiple linear regression coefficient of 0.357; (3) Shopee coins have a positive and significant effect on impulse buying behavior with a significance level of 0.004<0.05; and a multiple linear regression coefficient of 0.306.

Keywords: *Shopee Live, Shopee Paylater, Shopee Coins, Impulse Buying.*

Abstrak
Shopee merupakan *marketplace* dengan tingkat pelanggan yang tinggi, salah satunya dari kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku *impulse buying* akibat dari adanya pengaruh shopee *live*, shope *paylater*, dan koin shopee pada mahasiswa di Kabupaten Jember. Metode yang digunakan yaitu *explanatory research* melalui pendekatan kuantitatif dan pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability* sampling dengan metode *purposive* sampling. Penelitian menggunakan 85 responden yang diambil dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember, Universitas Jember, dan Universitas Negeri Islam Jember Tahun 2020-2023 sebagai sampel penelitian. Teknik analisis data menggunakan uji t dan analisis regresi linier berganda untuk menjawab pernyataan hipotesis penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Shopee *live* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulse buying* dengan tingkat signifikasi 0,001<0,05; dan koefisien regresi linier berganda sebesar0,327; (2) Shopee *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulse buying* dengan tingkat signifikasi 0,041<0,05; dan koefisien regresi linier berganda sebesar 0,357; (3) Koin Shopee berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulse buying* dengan tingkat signifikasi 0,004<0,05; dan koefisien regresi linier berganda sebesar 0,306.

Kata Kunci : Shopee Live, Shopee Paylater, Koin Shopee, Impulse Buying.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membawa perubahan pada kebiasaan manusia terutama dalam kegiatan berbelanja. Kegiatan berbelanja online saat ini telah menjadi tren berbelanja disemua kalangan masyarakat. Kegiatan berbelanja online ini memudahkan masyarakat untuk mencari berbagai macam produk yang ditawarkan penjual melalui *platform online* yang disebut *marketplace* (Nasution & Indria, 2022). *Marketplace* Shopee merupakan salah satu *marketplace* yang paling sering popular dan sering dikunjungi di Indonesia. Strategi yang dijalankan Shopee yaitu dengan menawarkan berbagai macam promosi agar konsumen atau pembeli tertarik dengan produk yang ditawarkan. Promosi yang ditawarkan Shopee seperti: shopee *live*, shopee *paylater*, koin shopee, dan lainnya.

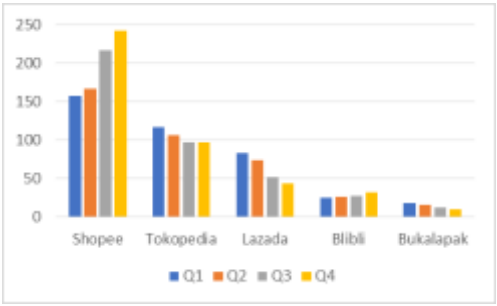
Strategi yang Shopee berikan kepada konsumen seperti: promo potongan harga, game yang menghasilkan koin shopee, gratis ongkir, *flash sale* dalam shopee *live* dan lainnya. Shopee *live*, shopee *paylater*, dan koin shopee dapat mendorong pembeli agar melakukan pembelian secara tidak terencana atau perilaku *impulse buying*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Syehan, 2023) menyatakan bahwa fitur *live streaming* atau shopee *live* dinilai dapat meningkatkan keinginan dalam berbelanja dan memunculkan perilaku pembelian implusif. Kemudahan dalam pembayaran pada saat pembelian barang bisa memakai fitur shopee paylater. Koin shopee yang merupakan mata uang virtual yang digunakan dalam marketplace Shopee dapat digunakan untuk mengurangi harga pembelian suatu produk.

Menurut (Badan Pusat Statistik, 2021) Jember merupakan daerah dengan luas wilayah sebesar 3.293,34 km persegi. Jember menjadi salah satu daerah dengan pengguna *marketplace* Shopee yg cukup tinggi, dikarenakan kebiasaan mahasiswa yang senang dengan hal yang bersifat praktis dan instan seperti berbelanja *online*. Kebiasaan mahasiswa saat berbelanja *online* tanpa adanya rencana, dan biasanya didasari adanya stimulus dari *sales promotion* yang diberikan *marketplace* Shopee serta kebutuhan mahasiswa yang terbilang cukup banyak menjadikan perilaku *impulse buying*. Pembelian secara implusif, atau sering disebut impulse buying, terjadi adanya perilaku konsumen yang tidak memutuskan merek terlebih dahulu atau kategori produk hanya tergiur dengan promo yang ditawarkan penjual (Adiputra, 2015).

Kegiatan belanja online saat ini telah menjadi kebiasaan yang umum terutama dalam lingkup mahasiswa di Kabupaten Jember, sehigga perilaku *impulse buying* di kalangan mahasiswa menjadi meningkat. Faktor personal serta kebiasaan seperti pola hidup mahasiswa

yang konsumtif terhadap barang-barang dapat mempengaruhi perilaku *impulse buying pada* mahasiswa di Universitas Jember (Novitasari et al., 2022). Kebiasaan serta pola hidup yang konsumtif dalam berbelanja online pada mahasiswa Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah Jember, dan Universitas Islam Negeri Jember mengarah pada perilaku pembelian tidak terencana atau perilaku *impulse buying.* Potongan harga seperti di Matahari departemen store di Johar Plaza Jember seringkali diburu mahasiswa dalam membeli barang-barang, dan mahasiswa merupakan kalangan yang banyak melakukan kegiatan pembelian secara tidak terencana atau yang sering disebut *impulse buying* (Baskara, 2015).

Penelitian ini terkait perilaku *impulse buying* yang terjadi pada mahasiswa di Jember. Perilaku impulse buying didasari adanya faktor-faktor dorongan yang ada pada indikator pada perilaku *impulse buying* seperti spontanitas, kekuatan, stimulasi, ketidak pedulian akibat, dan kegairahan (Zurit et al., 2016). Dengan adanya perilaku berbelanja yang konsumtif pada kalangan mahasiswa di jember, maka penulis ingin menguji terkait perilaku *impulse buying* akibat dari adanya pengaruh shopee *live*, shopee *paylater*, dan koin shopee. Marketplace Shopee dipilih dalam penelitian ini, karena Shopee merupakan marketplace terbesar dan paling popular di Indonesia pada triwulan I hingga triwulan IV tahun 2023 yang didukung dengan data grafik, sebagai berikut:



Gambar 1. Kunjungan E-Commerce

Sumber: databoks.katadata.co.id 2023

Gamabar 1 menampilkan data kunjungan e-commerce pada tahun 2023 melalui media databoks, Shopee menjadi *marketplace* dengan hasil kunjungan terbanyak di Indonesia dari lima situs *e-commerce* yang disusul Tokopedia, Lazada, Blibli, dan yang terakhir Bukalapak.

I. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji perilaku *impulse buying* akibat dari adanya pengaruh shopee *live*, shopee *paylater*, dan koin shopee di situs *marketplace* Shopee pada mahasiswa di kabupaten Jember

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termaksuk penelitian kuantitatif, dimana memiliki sifat struktural dan bertujuan untuk menggeneralisasikan hasil data yang diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yang dilakukan pada penelitian ini melalui penyebaran kuisioner. Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa aktif tahun 2020 sampai 2023 di Kabupaten Jember yang menggunakan marketplace Shopee sebagai kegiatan berbelanja *online*. Jenis data pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:28), data kuantitatif biasanya berupa data yang berbentuk susunan angka, kemudian diolah menggunakan analisis statistik. Mahasiswa yang menjadi populasi pada penelitian ini merupakan mahasiswa dari tiga Universitas terbaik yang ada di Jember. Menurut Komariah (2023) tiga Universitas terbaik di Jember yaitu Universitas Jember, Universitas Muhammmadiyah Jember, Universitas Islam Negeri Jember. Jumlah indikator pada penelitian ini sebanyak 17 indikator. Sampel dapat dikatakan akan diterima jika jumlah responden dikalikan lima sampai sepuluh kali jumlah indikator (Black & Babin, 2019). Sampel penelitian ini sebanyak 85 responden yang diambil menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dari ke tiga Universitas di Jember.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukann melalui pengisian kuisioner online menggunakan bantuan dari *google form* dengan penyebaran melalui berbagai media sosial Instagram dan grup chat Whatsapp. Jenis kuisioner yang digunakan yaitu kuisioner tertutup dimana ada beberapa pertanyaan yang wajib dijawab terlebih dahulu sebelum ke pertanyaan yang mengandung unsur variable penelitian. Kuisioner yang telah dijawab responden akan diukur menggunakan skala *likert* dengan menggunakan skor (1-5) yang digunakan untuk mengukur variabel independen pada penelitian ini, yakni shopee *live* (X_1), shopee *paylater*(X_2), dan koin shopee (X_3), serta variabel dependen, *impulse buying* (Y). Analisis data penelitian ini menggunakan aplikasi IMB SPSS 25 Statistik dan melibatkan uji instrumen data meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Menurut Sugiyono (2016:251), analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hungungan antara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Impulsif Buying

a = konstanta

β = koefisien regresi

X1 = variabel shopee *live*

X2 = variabel shopee *Paylater*

X3 = koin shopee

e = *standart error*

Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis dilakukan dengan uji t, dengan tingkat signifikansi 0,05. Uji kelayakan menggunakanuji koefisien determinasi (R^2).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji akibat dari adanya pengaruh shopee live, shopee paylater, dan koin shopee terhadap perilaku impulse buying pada mahasiswa ditiga Universitas di Jember. Berikut merupakan hasil pengujian peneliti yang dilakukan sebagai berikut:

Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka karakteristik responden dari segi usia didominasi dari usia 22 tahun dengan persentase 50,6%. Jenis kelamin didominasi responden perempuan dengan jumlah 70 mahasiswa dengan persentase 82,4%. Tahun angkatan didominasi angkatan 2020 dengan persentase 70,6%. Asal Universitas didominasi oleh Universitas Muhammadiyah Jember dengan persentase 38,8%. Uang saku per bulan didominasi olehuang saku Rp 500.000 – Rp 999.999 dengan presentase 42,5%. Produk yang dibeli di Shopee didominasi responden yang membeli skincare dengan persentase 47,1%.

Analisis Indeks Jawaban Responden

Analisis hasil indeks jawaban responden menginterplestasikan bahwa variabel variableive, shopee paylater, dan koin shopee memberikan pengaruh yang positif terhadap impulse buying.

Hasil Uji Instrumen Data

Hasil Uji Validitas

Hasil pengujian validitas pada penelitian ini menunjukan setiap pertanyaan di semua indikator variabel pada kuisioner memiliki nilai r hitung ≥ r table, dimana untuk nilai signifikansi yang didapatkan juga kurang dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang ada pada kuisioner terbukti valid dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dari membandingkan nilai *Crombatch Alpha* disetiap variabel, hasil pada pnelitian ini menunjukan nilai *Crombatch Alpha* (*a*) ≥ 0,60. Dapat disimpulkan bahwa kuisioner pada penelitian ini layak digunakan sebagai alat ukur dalam pengumpulan data karena terbukti relibel.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil dari pengujian regresi linier berganda menetapkan model persamaan regresi linier berganda dengan variabel shopee *live*, shopee *paylater*, dan koin shopee serta variabel terkait yaitu *impulse buying*. Berikut adalah table hasil analisis regresi linier berganda.

Tabel 1. Hasil Analisi Regresi Linier Berganda

Variabel	***Unstandardize Coefficients***		***Standardize Coefficients***	**Sig.**	**Ket.**
	B	**Std Error**	**Beta**		
(*Constant)*	3,897	3,157	-	0,021	Sig

Shopee Live	0,327	0,095	0,345	0,001	Sig
Shopee Paylater	0,357	0,172	0,185	0,041	Sig
Koin Shopee	0,306	0,102	0,301	0,004	Sig

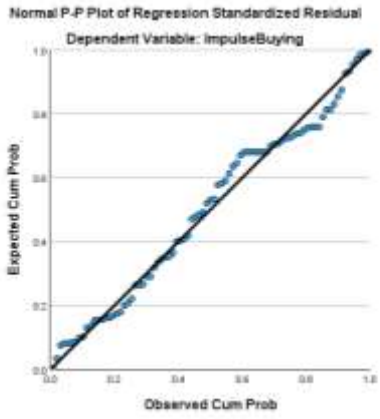
Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 1. diatas menunjukan hasil nilai konstanta yang positif 3,897, nilai shopee live menunjukan nilai positif 0,327 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001, sehingga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel impulse buying. Nilai shopee paylater menunjukan nilai yang positif 0,357 dengan nilai signifikansi 0,041 sehingga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel impulse buying. Nilai koin shopee menunjukan hasil yang positif 0,306 dengan nilai signifikansi 0,004, sehingga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel impulse buying.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas data

Hasil uji normalitas data pada penelitian ini menggunakan grafik sebaran P-P Plot dengan melihatsebaran titik-titik disekitas garis diagonal.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Data

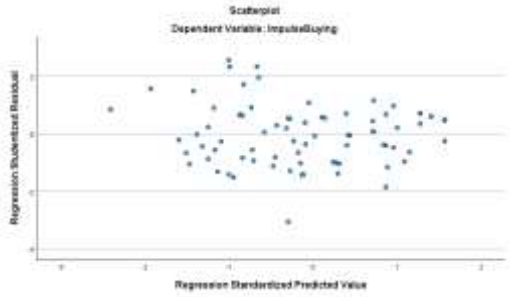
Berdasarkan Gambar 1. diatas, menunjukan hasil penyebaran titik-titik mengikuti arah garis diagonal dan menyebar disekitas garis diagonal, sehingga data pada penelitian ini terdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk menguji model regresi linier yang tidak terjadi multikolinearitas dilihat dari nilai VIP dan *Tolerance*, dimana VIP < 10 dan *Tolerance* > 0,1. Hasil uji multikolinearitas menunjukan hasil nilai tolerance pada variabel shopee live 0,725, shopee paylater 0,931, dan koin shopee 0,725, dimana masing-masing nilai dari setiap variabel lebih besar dari 0,1. Sedangkan nilai VIP dari masing-masing variabel yaitu 1,353, 1,074, dan 1,380 < 10. Berdasarkan nilai diatas, menunjukan tidak memiliki gejala multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.

Hasil Uji Heterosketastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan melihat ketidaksamaan varian pada suatu pengamatan terhadap pengamatan lainnya.



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2. hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan scatterplot menghasilkan titik-titik yang tidak membentuk pola dan pola tersebut menyebar diatas dan dibawah anga 0 yang dapat disimpulkan bahwa model linier berganda pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat, dimana H0 akan ditolak dan Hipotesis akan diterima ketika t hitung > t table dan signifikansi < 0,05.

1. Shopee live memiliki nilai t-hitung 3,448 > t-tabel 1,993 dan nilai signifikasi 0,001 < 0,05, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga variabel shopee *live* berpengaruh singnifikan terhadap *impulse buying.*

2. Shopee paylater memiliki nilai t-hitung 2,075 > t-tabel 1,993 dan nilai signifikasi 0,041 < 0,05, yang berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga variabel shopee paylater berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying.*
3. Koin shopee memiliki nilai t-hitung 2,989 > t-tabel 1,993 dan nilai signifikasi 0,004 < 0,05, yang berarti H_0 ditolak dan H_3 diterima. Sehingga variabel koin shopee berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying.*

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil pada penelitian ini didapatkan nilai R square sebesar 0,402 atau 40,2%, hal ini menunjukkan bahwa variabel shopee live, shopee paylater, dan koin shopee berkontribusi terhadap impulse buying sebesar 40,25 dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai dari penggunaan shopee *live* mampu meningkatkan pengaruh pembelian secara implusif, dan semakin tinggi pengguna shopee *paylater* dapat meningkatkan pembelian secara implusif, sedangkan semakin banyak penggunaan koin shopee dapat meningkatkan perilaku *impulse buying*. Jadi semakin tinggi nilai variabel shopee *live*, shopee *paylater*, dan koin shopee dapat memberikan hasil yang positif dan signifikan terhadap perilaku *impulse buying* pada mahasiswa di Jember dalam pembelian melalui marketplace Shopee.

Saran

Diharapan untuk peneliti selanjutnya untuk memilih lebih banyak variabel atau mengganti variabel independen lainnya, agar bisa mengetahui variabel mana saja yang dapat memberikan kontribusi terhadap variabel *impulse buying*.

DAFTAR PUSTAKA

Adiputra, E. (2015). *Perilaku Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) Di Pusat Perbenjaan Modern Di Surabaya* (Vol. 1). State Islamic Institute Of Tulungagung.

Ahdiat, Adi. 2024. Tren E-Commerce 2023, Kunjungan Ke Shopee Dan Blibli Meningkat. Https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2024/01/10/Tren-E-Commerce-2023-

Kunjungan-Ke-Shopee-Dan-Blibli-Meningkat. Databoks. (Diakses Pada Tanggal 2 Februari 2024).

Badan Pusat Statistik. 2021. Jumlah Penduduk Menurut Tempat Lahir Di Kabupaten Jember 2020.Https://Jemberkab.Bps.Go.Id/Statictable/2021/11/03/315/Jumlah-Penduduk-Menurut-Tempat-Lahir-Di-Kabupaten-Jember-2020.Html. (Diakses Apa Tanggal 3 Februari 2024).

Baskara, I. B. (2015). Pengaruh adiPotongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying)(Studi Pada Pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). *Manajemen Bisnis*, *5*(2).

Black, W., & Babin, B. J. (2019). Multivariate Data Analysis: Its Approach, Evolution, And Impact. In *The Great Facilitator: Reflections On The Contributions Of Joseph F. Hair, Jr. To Marketing And Business Research* (Pp. 121–130). Springer.

Komariah, D. 2023. *Bingung Mau Kuliah Dimana? Ini Dia 4 Universitas Terbaik Yang Ada Di Jember Jawa Timur, Bisa Jadi Alternatif Loh!*. *Www.*Jember.Jatimnetwork.Com. (21 Januari 2024).

Nasution, E. Y., & Indria, T. (2022). Tren Belanja Online Pada Social Commerce. *Jurnal Akmami (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, *3*(3), 655–665.

Novitasari, E. D., Suharso, P., & Hartanto, W. (2022). Pengaruh Faktor Situasi Dan Faktor Personal Terhadap Impulse Buying Mahasiswa Di Roxy Square Jember (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, *16*(2), 314–322.

Riyanto, S. Dan Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen. Deepublishkurni

Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Syehan, F. (2023). The Effects Of Live Streaming Shopping And Hedonic Shopping Motivation On Impulsive Buying In Users Of The Shopee Application In Mataram City. *Proceeding International Conference On Economy, Management, And Business (Volume 1, 2023)*, *1*(1), 1515–1526.

Zurit, R. A., Ariyanti, M., & Sumrahadi, S. (2016). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Toko Online (Studi Pada Konsumen Mataharimall. Com). *Eproceedings Of Management*, *3*(3).