

## Pengaruh Pendapatan, Harga Barang, Kualitas Barang dan Penggunaan Internet terhadap Permintaan *E-Commerce Shopee*

Iswandari, Mohammad Balafif, \*Nurul Imamah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya, Indonesia

DOI: [10.46821/bharanomics.v5i1.519](https://doi.org/10.46821/bharanomics.v5i1.519)

### Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dari pengaruh pendapatan, harga barang, kualitas produk, dan pengguna internet terhadap permintaan E-Commerce Shopee. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskripsi, dengan menggunakan sampel sejumlah 100 sampel. Analisa data dengan menggunakan metode uji validitas data, uji reliabilitas dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha, pengujian hipotesis dengan uji t (parsial) dan uji f (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pendapatan memiliki nilai sig  $0.001 < \alpha 0,05$ , Harga Barang memiliki nilai sig sebesar  $0.000 < \alpha 0,05$ , Kualitas Produk dengan nilai sig sebesar  $0.000 < \alpha 0,05$  dan Pengguna Internet memiliki nilai sig 0.000 Artinya variabel Pendapatan, Harga Barang, Kualitas Produk, Pengguna Internet secara parsial berpengaruh signifikan Terhadap Permintaan E-Commerce Shopee. Dari hasil uji simultan didapatkan nilai nilai signifikansi f sebesar  $0,001 < \alpha 0,05$ , maka dapat diambil kesimpulan bahwa Pendapatan, Harga Barang, Kualitas Produk, Pengguna Internet secara simultan atau bersamaan berpengaruh terhadap Permintaan E-Commerce Shopee.*

**Kata Kunci:** *Pendapatan, Harga Barang, Kualitas Barang, Pengguna Internet, Permintaan.*

### Abstract:

*This research aims to determine the partial and simultaneous influence of income, price of goods, product quality, and internet users on Shopee E-Commerce demand. This research is a descriptive quantitative research, using a sample of 100 samples. Data analysis using the data validity test method, reliability test using the Cronbach's Alpha method, hypothesis testing using t test (partial) and f test (simultaneous). The research results show that partially income has a sig value of  $0.001 < \alpha 0.05$ , Price of Goods has a sig value of  $0.000 < \alpha 0.05$ , Product Quality has a sig value of  $0.000 < \alpha 0.05$  and Internet Users have a sig value of 0.000. This means The variables Income, Price of Goods, Product Quality, Internet Users partially have a significant effect on Shopee E-Commerce Demand. From the results of the simultaneous test, it was found that the significance value f was  $0.001 < \alpha 0.05$ , so it can be concluded that Income, Price of Goods, Product Quality, Internet Users simultaneously or concurrently influence Shopee E-Commerce Demand.*

**Keywords:** *Income, Price of Goods, Product Quality, Internet Users, Demand.*



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

## PENDAHULUAN

Di Indonesia, jumlah pengguna internet dari waktu ke waktu menunjukkan pertumbuhan yang begitu signifikan. Menurut Kemp (2021) dalam laporan *We Are Social dan Hootsuite*, jumlah pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2021 mencapai 202,6 juta jiwa atau 73,7% dari keseluruhan populasi. Faktanya, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat 27 juta (+16%) antara tahun 2020 dan 2021, angka tersebut meningkat drastis dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Sebanyak 61,8% dari populasi atau 170 juta jiwa dinyatakan aktif menggunakan media sosial, jumlah tersebut meningkat 10 juta (+6,3%) antara tahun 2020 dan 2021.

Perkembangan zaman yang didukung oleh kemajuan teknologi memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap perubahan gaya hidup masyarakat saat ini. Kebutuhan hidup yang semakin beragam dan tingkat mobilitas yang tinggi membuat masyarakat memilih barang konsumtif untuk barang instan. Fukuyama, (2018) menyatakan bahwa teknologi komunikasi merupakan penyebab utama terjadinya perubahan budaya. Kehidupan keluarga, lingkungan kerja, sekolah, pertemanan, kegiatan keagamaan, politik dan sebagainya semuanya dipengaruhi oleh teknologi. Internet sebagai produk perkembangan teknologi memudahkan manusia untuk bertukar informasi dan komunikasi dengan cepat tanpa ada batasan ruang dan waktu. Hal ini didukung dengan terciptanya berbagai macam perangkat atau gadget yang memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya hanya dengan terkoneksi ke internet. Faktor ini juga menjadi peluang besar bagi para pelaku bisnis untuk memberikan berbagai layanan dengan berbagai keunggulan kepada masyarakat.

Pendapatan merupakan faktor penting dalam operasi suatu perusahaan, karena pendapatan akan mempengaruhi tingkat laba yang diharapkan akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Harnanto (2019) menuliskan bahwa pendapatan adalah “kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya. Menurut Sohib (2018) pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang/jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu. Bagi perusahaan, pendapatan yang diperoleh atas operasi pokok akan menambah nilai aset perusahaan yang pada dasarnya juga akan menambah modal perusahaan. Namun untuk kepentingan akuntansi, penambahan modal sebagai akibat penyerahan barang atau jasa kepada pihak lain dicatat tersendiri dengan akun pendapatan. Dilihat dari berbagai definisi-definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah jumlah masukan yang didapat atas jasa yang diberikan oleh perusahaan yang bisa meliputi penjualan produk dan atau jasa kepada pelanggan yang diperoleh dalam suatu aktivitas operasi suatu perusahaan untuk meningkatkan nilai aset serta menurunkan liabilitas yang timbul dalam penyerahan barang atau jasa.

Menurut Hendriksen (2018) definisi mengenai pendapatan usaha sebagai berikut: konsep dasar pendapatan adalah proses arus, penciptaan barang dan jasa selama jarak waktu tertentu. Definisi diatas bahwa ada dua konsep tentang pendapatan usaha yaitu:

- a. Konsep pendapatan usaha yang memusatkan pada arus masuk (*inflow*) sebagai hasil dari kegiatan operasi perusahaan. Pendekatan ini menganggap sebagai *inflow of net aset*.
- b. Konsep pendapatan yang memusatkan perhatian kepada penciptaan barang dan jasa serta penyaluran konsumen atau produsen lainnya, jadi pendekatan ini menganggap pendapatan sebagai *outflow of goods and services*. Jika pendapatan dirumuskan dengan cara lain maka pengecualian harus dinyatakan dengan jelas, misalnya pendapatan diakui sebelum arus masuk aktiva benar-benar terjadi.
- c. Konsep dasar pendapatan yang diungkapkan oleh Patton dan Littleton dinamakan sebagai produk perusahaan yang menekankan bahwa pendapatan merupakan arus yaitu penciptaan barang dan jasa oleh perusahaan.

Pengertian harga menurut Kotler dan Armstrong (2018), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga Menurut Kotler dan Armstrong dalam skripsi Carmelita dkk. (2017) faktor yang mempengaruhi harga meliputi : a. Faktor internal harga dipengaruhi oleh faktor internal seperti biaya, tujuan pemasaran, dan strategi dalam penjualan. b. Faktor eksternal harga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti tawaran pesaing, biaya, serta permintaan pasar.

Arinawati (2021) menyatakan bahwa kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun implisit. Moko (2021) menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik yang melekat atau membedakan derajat atau tingkat keunggulan dari suatu produk. Yunita (2021) menyatakan bahwa kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Gunawan (2022) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan. Keinginan pelanggan tersebut diantaranya keawetan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian serta atribut bernilai lainnya. Meutia (2020) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan barang diproduksi.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2019). Menurut Rahardjo, (2017) metode penelitian merupakan salah satu cara untuk memperoleh dan mencari kebenaran yang bersifat tentatif, bukan kebenaran absolut. Hasilnya berupa kebenaran ilmiah. peneliti menggunakan formula Slovinciambil berdasarkan data penggunaan diaplikasi playstore selama 12 bulan yaitu dari bulan januari 2023 sampai dengan bulan Desember 2023 kurang lebih sebanyak 4.000 pengguna shopee didapatkan sampel sebanyak 100 responden yang merupakan pengguna shopee. Teknik pengumpulan data menggunakan sebasaran kuisoner yang menggunakan *shopee*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3 + b4.X4 + e$$

$$Y = 24,470 + 0,219X1 + 0,202X2 + 0,060X3 + 0,370X4 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diketahui :

- Nilai Konstanta (a) sebesar (24,470) merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Permintaan (Y) belum di pengaruhi oleh variabel lain, yaitu variabel Pendapatan (X1), Harga Barang (X2), Kualitas Produk (X3), Pengguna Internet (X4) .
- Variabel Pendapatan (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,219 menunjukkan bahwa variabel tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Permintaan (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan maka akan mempengaruhi variabel Y sebesar 0,219
- Variabel Harga Barang (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,202 menunjukkan bahwa variabel tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Permintaan(Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan maka akan mempengaruhi variabel Y sebesar 0,202.
- Variabel Kualitas Produk (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,060 menunjukkan bahwa variabel tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Permintaan (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan maka akan mempengaruhi variabel Y sebesar 0,060.
- Variabel Pengguna Internet (X4) memiliki koefisien regresi sebesar 0,370 menunjukkan bahwa variabel tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Permintaan (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan maka akan mempengaruhi variabel Y sebesar 0,370.

### Koefisien Determinasi

Berdasarkan perhitungan diketahui jika dipengaruhi nilai koefisien R square ( $R^2$ ) sebesar 0,332 atau 33,2%, dapat di simpulkan bahwa besarnya pengaruh keseluruhan variabel Pendapatan (X1), Harga Barang (X2), Kualitas Produk (X3). Pengguna Internet (X4) terhadap variabel Permintaan (Y) sebesar 33,2%.

### Uji Hipotesis

#### Uji t (Parsial)

Berdasarkan perhitungan didapatkan hasil jika variabel Pendapatan (X1), nilai signifikansi  $0.001 < 0,05$  dan dilihat dari perbandingan t-hitung sebesar  $3.714 > t$ -tabel sebesar 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa H01 DITOLAK dan Ha1 DITERIMA, yang berarti terdapat pengaruh antara variabel Pendapatan (X1) terhadap Variabel Permintaan (Y) secara signifikan. Untuk variabel Harga Barang (X2) nilai signifikansi  $0.000 < 0,05$  dan dilihat dari perbandingan t-hitung sebesar  $5,333 > t$ -tabel sebesar 1,985 sehingga dapat disimpulkan bahwa H02 DITOLAK dan Ha2 DITERIMA, yang berarti terdapat pengaruh antara variabel Harga Barang (X2) terhadap Permintaan (Y) secara signifikan. Untuk diketahui variabel Kualitas Produk (X3), nilai signifikansi  $0.000 < 0,05$  dan dilihat dari perbandingan t-hitung sebesar  $4,378 > t$ -tabel sebesar 1,985 sehingga dapat disimpulkan bahwa H03 DITOLAK dan Ha3 DITERIMA, yang berarti terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Produk (X3) terhadap Permintaan (Y) secara signifikan. Dan diketahui variabel Pengguna Internet (X4), nilai signifikansi  $0.000 < 0,05$  dan dilihat dari perbandingan t-hitung sebesar  $4,615 > t$ -tabel

sebesar 1,985 sehingga dapat disimpulkan bahwa H04 DITOLAK dan Ha4 DITERIMA, yang berartiterdapat pengaruh antara variabel Pengguna Internet (X4) terhadap Permintaan (Y) secara signifikan.

#### **Uji F (Simultan)**

Diketahui bahwa nilai sign  $0,001 < 0,05$  dan nilai F hitung  $7,608 > 3,09$  sehingga dapat disimpulkan bahwa H05 DITOLAK dan Ha5 DITERIMA, yang berarti terdapat pengaruh antara variabel Pendapatan (X1), Harga Barang (X2), Kualitas Produk (X3), Pengguna Internet (X4) terhadap variabel Permintaan (Y) secara signifikan.

### **Pembahasan**

#### **Pendapatan berpengaruh terhadap Permintaan**

Hasil analisis uji t menunjukkan jika dari variabel Pendapatani t hitung senilai  $3,714 > t$  tabel senilai 1.985 memiliki nilai yang positif dan nilai signifikansi sebesar  $0.001 < 0,05$  secara parsial, sehingga dapat disimpulkan bahwa H01 DITOLAK dan Ha1 DITERIMA, yang berarti variabel Pendapatan (X1) terhadap Variabel Permintaan (Y) memiliki nilai yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap Permintaan. Berdasarkan hasil dari kuisioner responden memberikan jawaban bahwa pendapatan jelas memiliki pengaruh yang besar terhadap permintaan seluruh reseller yang menjual produk di aplikasi shopee dan untuk konsumen menjadi mudah dalam menjalankan seluruh transaksi yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

#### **Harga Barang berpengaruh terhadap Permintaan**

Hasil analisis menunjukan bahwa nilai signifikansi variabel Harga Barang secara parsial yaitu Uji t dengan signifikansi sebesar  $0.000 < 0,05$  dan t hitung senilai  $5,333 > t$  tabel sebesar 1,985 sehingga dapat disimpulkan bahwa H02 DITOLAK dan Ha2 DITERIMA pada variabel Harga Barang memiliki nilai yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pelanggan.

Berdasarkan hasil dari kuisioner responden memberikan jawaban jika hargabarang yang terjual di aplikasi shopee jauh lebih terjangkau dan mudah untuk didapatkan bagi konsumen merasa sangat terbantu jika mencari sesuai dengan kebutuhan juga mencari harga yang lebih terjangkau dari pada harus membeli offline atau yang berjumlah banyak.

#### **Kualitas Produk berpengaruh terhadap Permintaan**

Hasil analisis menunjukan bahwa nilai signifikansi variabel Kualitas Produk mempunyai signifikansi sebesar  $0.000 < 0,05$  dan nilai t hitung senilai  $4,378 > t$  tabel senilai 1,985 sehingga dapat disimpulkan bahwa H03 DITOLAK dan Ha3 DITERIMA, yang artinya variabel Kualitas Produk memiliki nilai yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap Permintaan.

Berdasarkan hasil kuisioner responden memberikan jawaban bahwa Kualitas produk yang terjual diaplikasi memiliki pesaing juga perbandingan yang sangat banyak dengan produk sejenisnya tetapi konsumen juga akan lebih pintar memilih kualitas yang dibutuhkan berdasarkan kebutuhannya.

### **Pengguna Internet berpengaruh terhadap Permintaan**

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Pengguna Internet mempunyai signifikansi sebesar  $0.000 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung senilai  $4,615 > t$  tabel senilai  $1,985$  sehinggadapat disimpulkan bahwa  $H_{04}$  DITOLAK dan  $H_{a4}$  DITERIMA, yang artinya variabel Pengguna Internet memiliki nilai yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap Permintaan.

Berdasarkan hasil kuisioner responden memberikan jawaban bahwa Pengguna Internet seiring berjalannya perkembangan zaman akan terus bertambah dan akan semakin pesat bukan hanya aplikasi e-commerce shopee konsumen akan lebih teliti dalam berbenja di e-commrce lainnya. Dalam menggunakan internet sangat berpengaruh karena setiap konusmen akan memilih jalan yang lebih mudah untukberbelanja melalui sistem online.

### **Pendapatan (X1), Harga Produk (X2), Kualitas Produk (X3), Pengguna Internet (X4) berpengaruh terhadap Permintaan (Y)**

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel Pendapatan (X1), Harga Produk (X2), Kualitas Produk (X3), Pengguna Internet (X4) mempunyai signifikansi sebesar  $0.001 < 0,05$  dan  $F$  hitung senilai  $7,608 > F$  tabel senilai  $3,09$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_{05}$  DITOLAK dan  $H_{a5}$  DITERIMA yang artinya memiliki nilai yang positif dan berpengaruh secara simultan terhadap Permintaan (Y).

Berdasarkan hasil kuisioner responden memberikan jawaban bahwa Permintaan akan selalu bertambah jika konsumen memilih belanja di shopee dari pada e-commerce lainnya tentunya dari aplikasi harus selalu menjaga performa serta memberikan peringatan jika terdapat toko yang tidak mengikuti aturan diaplikasi shopee apalagi sampai melakukan sebuah penipuan terhadap konsumen. Harus selalu menjaga kepercayaan konsumen juga berkembang mengikuti zaman terutama untuk transaksi pembayaran yang akan dilakukan oleh konsumen.

### **SIMPULAN**

Hasil pengujian hipotesis ( $H_1$ ) telah membuktikan terdapat pengaruh antara pendapatan terhadap permintaan diaplikasi shopee. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,001$  tersebut lebih kecil dari  $0,05$  yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini  $H_{01}$  DITOLAK dan  $H_{a1}$  DITERIMA. Hasil pengujian hipotesis ( $H_2$ ) telah membuktikan terdapat pengaruh antara Harga Barang terhadap permintaan di aplikasi shopee dalam pemilihan tempat berbelanja. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000$  tersebut lebih kecil dari  $0,05$  dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini  $H_{02}$  DITOLAK dan  $H_{a2}$  DITERIMA. Hasil pengujian hipotesis ( $H_3$ ) telah membuktikan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap permintaan pada e-commerce shopee. Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000$  tersebut lebih kecil dari  $0,05$  yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini  $H_{03}$  DITOLAK dan  $H_{a3}$  DITERIMA. Hasil pengujian hipotesis ( $H_4$ ) telah membuktikan terdapat pengaruh pengguna internet terhadap permintaan. Hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000$  tersebut lebih kecil dari  $0,05$  yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini  $H_{04}$  DITOLAK dan  $H_{a4}$  DITERIMA. Hasil pengujian hipotesis ( $H_5$ ) telah membuktikan terdapat

pengaruh antara pendapatan, harga barang, kualitas produk, pengguna internet terhadap permintaan pada e-commerce shopee. Dengan hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini H05 DITOLAK dan Ha5 DITERIMA.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditama. (2020). *Pengertian Manajemen (survey pada 10 KPP Kanwil Jawa Barat I)*. Universitas Komputer Indonesia Bandung.
- Arinawaty, E., dan B. Suryadi. (2021). *Penataan Produk (C3) Kompetensi Keahlian: Daring dan Pemasaran*. Penerbit Grasindo.
- Fitrianto, E. F., Nailis, W., Iisnawati, Karim, S. (2023). Analisis Faktor Konsumen Menggunakan *Electronic Shopping Lazada* di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya (JMBS)*, 21(3), 1-12. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v21i1.19890>.
- George R. Terry. (1968). *Principles of Management*. R. D. Irwin.
- Irianti, R., & Bernarto, I. (2021). Pengaruh Motivasi, Kepuasan Kerja dan Dukungan Organisasi terhadap Kinerja Karyawan PT. XYZ. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2), 114-122. <https://doi.org/10.35797/jab.v11.i2.114-122>.
- Kemp (2021). Jumlah Pengguna Internet Dari Tahun 2020-2021. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 7(2), 14-26.
- Kotler., P. dan Armstrong. (2018), *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education
- Nurasmi Altri Wahida 2023. Produk Promosi Dan Target Secara Online Di E-Commerce (Studi pada Karyawan Tetap PT Karoseri Tentrem Sejahtera Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 48(1), 28-35.
- Purwanto. (2022). Perkembangan UMKM Yang Menggunakan Teknologi *E-Commerce* pada Tahun 2020-2022. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 7(2), 14-26.
- Simangunsong, R., Morina. (2021). Pengaruh Promosi, Harga dan Kepercayaan Terhadap Permintaan di E-commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nomensen Medan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik (JISPOL)*, 1(2), 131-149.