

PENGARUH METODE PEMBAYARAN DAN MUDAHNYA TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ZALORA ONLINE SHOPPING

Handayani

Universitas Gunadarma, handayani@staff.gunadarma.ac.id

ABSTRAK

Saat ini, masyarakat mulai banyak yang melakukan transaksi pembelian secara online, tidak seperti sebelumnya mereka membeli barang dengan cara langsung mendatangi toko. Transaksi Online shopping menyediakan berbagai metode pembayaran, sehingga memudahkan pembeli untuk bertransaksi. Berbeda dengan pembelian offline, pembeli harus mengunjungi tempat dimana barang-barang di perdagangkan. Metode pembayarannya pun tidak beragam. Metode pembayaran di online shop dirancang untuk mempermudah pembayaran. Metode pembayaran ini pun disukai oleh konsumen, bisa transfer melalui bank yang disediakan, Cash on Delivery atau COD dimana metode ini adalah salah satu metode pembayaran yang dilakukan dalam bisnis online dimana pembeli melakukan pembayaran kepada penjual pada saat barang diterima, pembayaran dengan menggunakan kartu kredit, biasanya dilakukan dengan cara mengisi data tertentu dari konsumen secara lengkap, yang terakhir metode pembayaran dengan menggunakan fitur my wallet, fitur ini memang sengaja disediakan oleh Zalora untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan pembayaran. Berbelanja di Zalora Online shopping membuat kita semakin mudah melakukan transaksi dan kegiatan berbelanja pun bisa dilakukan dengan singkat tanpa menghabiskan waktu dan tenaga. Karena kemudahan inilah membuat online shopping ini banyak diminati. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh metode pembayaran dan mudahnya transaksi terhadap keputusan pembelian pada Zalora online shopping. Pada penulisan ini penulis menggunakan data yang diolah sendiri yaitu data primer. Kesimpulan yang bias diambil dari penelitian ini adalah metode pembayaran dan mudahnya transaksi mempengaruhi keputusan pembelian. Pada Zalora Online shopping.

Kata Kunci: Metode Pembayaran, Mudahnya Transaksi, Minat Beli

PENDAHULUAN

Banyaknya jumlah warnet mengakibatkan semakin banyak pengguna internet di Indonesia. Meningkatkannya jumlah pengguna internet merupakan salah satu penyebab terbukanya peluang pembelian atau transaksi secara online. Peningkatan jumlah online shopping yang cukup pesat selain didukung fasilitas, juga didukung oleh beberapa keunggulan-keunggulan yang dimiliki sistem perdagangan melalui internet ini. Adanya Perubahan pola berbelanja pada masyarakat tersebut bisa jadi disebabkan oleh kesibukan yang dialami oleh para konsumen, sehingga

mereka merasa akan lebih praktis jika membeli barang melalui online. Selain itu manfaat yang bisa kita peroleh apabila melakukan pembelian secara online, kita tidak perlu bermacam-macam ketika akan mengunjungi salah satu pusat perbelanjaan yang ada, tidak perlu repot mencari parkir ketika sudah berada di mall tersebut sehingga tidak buang waktu percuma dan keuntungan lainnya adalah kita bisa melakukan transaksi online dalam jangka waktu 24 jam tidak seperti kita berbelanja di Mall yang ada pembatasan waktu.

Di Indonesia Zalora merupakan salah satu situs berbelanja tertua, dan banyak digemari oleh masyarakat dan

didirikan awal tahun 2012. Walaupun sekarang ini sudah banyak toko online bermunculan, Zalora masih merupakan online shopping yang banyak diminati. Menjadi toko online yang diminati memang sulit, banyak factor yang menyebabkan pelanggan mau membeli dan melakukan transaksi, diantaranya metode pembayaran dan mudahnya transaksi. Metode pembayaran yang ditawarkan ada banyak, bisa COD (*Cash on Delivery*), Kartu kredit, transfer, bayar melalui indomaret dll. Banyaknya pilihan tersebut membuat calon pembeli merasa nyaman. Transaksinyapun terbilang mudah, dari mulai kita mencari barang, membeli, melakukan pembayaran sampai barang datang ke alamat tujuan sangat mudah dan cepat. Negara-negara yang menjadi *fashion* destinasi di asia antara lain Indonesia, Singapura Brunei, Filipina, Malaysia Thailand, Hong Kong dan Vietnam. Anak perusahaan dari situs belanja online Zalando ini berkembang pesat terutama sekitar awal tahun 2000. Berbagai macam produk yang ditawarkan, Zalora selau mampu menyediakan produk yang selalu baru di setiap edisinya. Di Indonesia sendiri dikelola dan berada dibawah naungan PT. Fashion Eservices Indonesia

Awalnya metode pembayaran hanya ada COD, kemudian berubah menjadi beberapa metode yang bisa digunakan oleh konsumen, dari mulai COD, transfer bank, menggunakan kartu kredit dan bayar dengan menggunakan fitur my wallet. Metode pembayaran ini dirancang dan dibangun oleh perusahaan dengan menggunakan tingkat keamanan tinggi, agar pelanggan rnerasa aman. Mungkin awalnya konsumen lebih memilih melakukan pembayaran dengan COD, tetapi setelah mengetahui sistem pembayaran yang lain dan merasa aman dengan metode pembayaran tersebut, konsumen sudah mulai banyak

menggunakan metode pembayaran selain COD.

Dengan metode pembayaran pada toko online zalora, konsumen dapat dengan mudah melakukan transaksi pembayaran dengan cara menggunakan pilihan metode pembayaran yang dapat dilakukan dengan beberapa metode pembayaran diantaranya: pembayaran di tempat (*Cash on Delivery*), transfer rekening, pembayaran dengan kartu kredit, serta pembayaran dengan menggunakan wallet /store credit.

Proses transaksi yang adapun terbilang mudah, sehingga hal ini mengakibatkan banyaknya minat pelanggan untuk membeli atau melakukan transaksi. Mulai dar awal samapai akhir transaksi pembeli tidak menemui banyak kesulitan.

Menurut Ferdianto (2009: 254) website adalah merupakan suatu model bisnis yang berbasis internet, baik yang di Indonesia maupun yang ada di luar negeri akan selalu mengalami perkembangan yang cukup pesat. Pada model bisnis yang akan mereka jalankan ini secara langsung maupun tidak lanngsung akan kita lihat dari websit yang akan digunakan. Oleh karena itu, bahwa semakin banyak kita mengunjungi web-web bisnis atau usaha, maka akan semakin banyak juga ide-ide atau masukan-masukan yang bisa diterapkan pada bisnis anda.

Dengan adanya internet, telah mengubah pandangan dari masyarakat dan perusahaan. Perusahaan bisa memodifikasi dan melakukan efisiensi bisnisnya, dengan cara memanfaatkan internet yang biasa kita sebut E-commerce atau *electronic commerce*. Keuntungan yang didapat oleh perusahaan dengan menghemat biaya distribusi dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

E-commerce atau *electronic commerce* menurut Hidayat (2008: 5) adalah “bagian dari gaya hidup yang

memungkinkan kita untuk bertransaksi jual-beli yang akan dilakukan secara online dari sudut tempat manapun”. *E-commerce* menurut para ahli dapat didefinisikan sebagai:

1. *E-commerce* berhubungan dengan penjualan dan pembelian berbagai jenis barang dan jasa dengan menggunakan internet, khususnya world wide web.
2. *E-commerce* menggunakan media internet sebagai media komunikasi yang digunakan dan masuk kategori tindakan melakukan pembelian atau transaksi secara elektronik.
3. *E-commerce* merupakan tindakan perusahaan yang melakukan penjualan barang serta jasa melalui media internet.

E-commerce telah berkembang pesat di Amerika dan Jepang. Dua Negara ini telah menggunakan *E-commerce* untuk kegiatan usahanya. Hal ini didukung dengan adanya infrastruktur yang cukup memadai. Masyarakat di kedua negara itu pun sudah banyak yang menggunakan PC.

Di Indonesia sendiri internet pertamakali di perkenalkan sekitar tahun 1994, dan sekarang ini Indonesia memegang peringkat tertinggi di Asia. Di daerah-daerah pun penggunaan internet sudah mewabah. Ada beberapa hambatan perkembangan internet di Indonesia, seperti infrastruktur, kesadaran masyarakat tentang penggunaan internet, budaya dan kebiasaan masyarakat dll.

B2B merupakan kepanjangan dari Business to business dan B2C merupakan business to consumer adalah metode penjualan langsung tanpa adanya perantara artinya penjual bisa melakukan penjualan barangnya langsung kepada konsumen sebagai pembeli baik secara individu atau kelompok. Para pengusaha mempunyai alasan mengapa mereka memilih menggunakan *e-commerce*, diantaranya:

1. Jangkauannya. Apabila dilihat toko tradisional mempunyai keterbatasan dalam jangkauannya, mereka hanya bisa menjangkau pembeli disekitarnya, sedangkan *e-commerce* jangkauannya jauh lebih luas tanpa batasan geografis, perusahaan bias menjual barang dagangannya kepada siapa saja dan dimana saja.
2. Tidak dibatasi oleh waktu. Toko *offline* mempunyai batas waktu operational, pada umurnya mereka mulai bisa melayani konsumen di jam 10 pagi hingga jam 9 malam, pada akhir pekan biasanya buka sampai jam 10 malam. Untuk toko online tidak ada batas waktunya, pembeli bisa kapan saja melakukan transaksi hemat biaya. Perusahaan yang melakukan perdagangan secara online mempunyai biaya operasional yang lebih murah, karena mereka tidak mengeluarkan biaya-biaya seperti, biaya sewa, jumlah karyawannya yang tidak terlalu banyak sehingga harga barang yang dijualnya bisa jauh lebih murah disbanding toko *offline*.
3. Fleksibilitas lokasi dan waktu. Perusahaan seperti ini biasanya bisa menjalankan usahanya dari mana saja, selama memiliki koneksi dengan internet.

Dengan semakin baiknya teknologi Internet dan Web akan meningkatkan kemampuan organisasi atau perusahaan untuk melakukan komunikasi bisnis dan kemampuannya dalam memberikan informasi (Nugroho, 2006: 2).

Metode Pembayaran

Sekarang ini masyarakat lebih memilih menggunakan pembayaran metode digital disbanding pembayaran konvensional. Metode pembayaran merupakan cara dimana kita biasa melakukan pembayaran baik barang ataupun jasa. Kita sebagai pembeli, seharusnya sudah bisa membandingkan

kelebihan serta kekurangan dari masing-masing metode yang ada.

Sistem atau metode pembayaran adalah suatu mekanisme yang akan menunjukkan adanya aliran dari sejumlah nilai yang bersumber dari pembeli kepada penjual dalam suatu transaksi tertentu. Jika kita bias kaitkan dengan adanya isu perkembangan pada sistem pembayaran berbasis elektronik yang ternyata terbukti bahwa memang lebih efisien daripada sistem pembayaran *paper-based* oleh karena bisa dikatakan bahwa system atau metode pembayaran akan mengalami proses menuju yang lebih efisien lagi (Humphrey, 2001: 12).

Metode pembayaran pada umumnya terbagi menjadi dua, ada pembayaran tunai dan ada pembayaran non tunai. Metode pembayaran konvensional merupakan pembayaran secara langsung yang terjadi antara satu pihak dengan pihak lainnya. Seperti pada penjualan umumnya, setiap transaksi pasti akan melakukan pembayaran. *E commerce* intinya ingin mempermudah pelanggan didalam melakukan transaksi jual beli. Oleh karena itu metode pembayarannya pun harusnya akan mempermudah tiap transaksinya.

Beberapa metode pembayaran yang sering digunakan pada online shopping:

Cash on Delivery (COD)

Meskipun kita melakukan transaksi pembelian secara online, tetapi pembayaran yang dilakukan bisa secara offline. Pada metode ini, biasanya pembayaran akan dilakukan setelah barang yang dipesan datang ke alamat yang dituju. Dan biasanya barang datang dalam kurun waktu yang cukup lama.

Transfer Bank

Selain COD, perusahaan bias menggunakan metode pembayaran

dengan cara transfer. Transfer ini bias dilakukan dengan menggunakan mesin ATM, mobile banking ataupun internet banking.

Kartu kredit

Metode pembayaran ini bisa menggunakan semua jenis kartu kredit yang ada, biasanya konsumen harus mengisi data-data tertentu yang disediakan.

E-wallet

Metode ini mulai marak digunakan di Indonesia. Metode ini digunakan untuk menyimpan uang kita dalam bentuk digital, dan akan bias kita gunakan untuk melakukan transaksi secara online, misalnya go-pay, ovo ataupun T-cash.

Faktor penting lainnya dalam berbelanja secara mudah adalah mudahnya transaksi yang dilakukan. Kemudahan ini antara lain bisa berupa mudah dioperasionalkan juga berkaitan dengan berkurangnya usaha pembeli dalam melakukan transaksi. Kemudahan ini tentunya akan menyebabkan pembeli tidak mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi berbelanja online.

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2003: 227) adalah suatu tahapan dalam proses suatu pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen akan melakukan pembelian. Pengambilan keputusan ini merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh individu yang nantinya secara langsung akan terlibat dalam memperoleh dan akan mempergunakan barang yang akan ditawarkan.

Keputusan pembelian diambil oleh pembeli jika produk yang ditawarkan dirasa cocok dengan kebutuhan dan keinginannya. Keputusan pembelian tersebut diawali dengan pengenalan masalah lalu pembeli tersebut akan mengevaluasi

dan akhirnya pada akhirnya mereka memutuskan produk mana yang akan dibeli. Ada beberapa faktor yang mungkin akan mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya:

1. Nilai emosional, ini berasal dari perasaan atau emosi yang positif ketika kita mengonsumsi produk tersebut.
2. Nilai social, nilai ini bersumber dari kemampuan produk tersebut untuk meningkatkannya konsep social konsumen. Nilai ini merupakan nilai yang dianut oleh konsumen.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini mendeskripsikan pengaruh metode pembayaran dan mudahnya transaksi terhadap keputusan pembelian di Zalora Online shopping.

Data Penelitian

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan dengan cara menyebarkan kuisioner taua beberapa pertanyaan kepada responden.

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah toko online ZALORA. Sedangkan Subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Gunadarma yang berlokasi di Kalimantan.

Sumber Data

Sumber data dalam penulisan ini Data Primer, data primer dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya dalam hal ini data yang diperoleh dari hasil pengisian daftar pertanyaan (kuesioner) kepada subyek yang bersangkutan dalam penelitian tersebut.

Populasi Penelitian

Populasi pada penelitian merupakan gabungan dari objek penelitian biasanya

bisa berupa manusia, tumbuhan, hewan, yang mempunyai karakteristik tertentu yang dimiliki dalam suatu penelitian. Objek pada penelitian ini adalah toko online ZALORA yang diproduksi oleh PT Zalora Eservices Indonesia. Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain:

Metode Studi Pustaka

Penulis berusaha untuk menghimpun informasi dan data yang ada yang sesuai dengan topik yang merupakan objek penelitian.

Penulis mengumpulkan, memanfaatkan dan mempelajari data-data teoritis bersumber dari buku-buku referensi, karya ilmiah, tesis, dan internet dan sumber-sumber lain.

Angket/Kuisioner

Kuesione merupakan teknik yang akan kita gunakan dalam pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner atau pertanyaan yang nantinya akan dikumpulkan kembali. Dari jawaban kuesioner tersebut, akan diperoleh data yang berupa pendapat dari responden.

Hipotesis merupakan pernyataan atau dugaan yang sifatnya sementara terhadap pernyataan-pernyataan peneliti yang nantinya akan diuji kebenarannya serta menunjukkan hasil penelitian.

Hipotesis yang ada pada penelitian ini adalah:

$H_a =$ Ada pengaruh antara metode pembayaran dan mudahnya transaksi terhadap keputusan pembelian.

Regresi berganda merupakan model regresi yang akan melibatkan lebih dari satu predictor atau variabel bebas. Analisis regresi berganda ini adalah pengembangan yang dilakukan dari regresi linier sederhana. Biasanya akan digunakan untuk melihat arah hubungan antara variabel bebas yang ada dengan variabel terikat yang digunakan, serta melihat apakah hubungannya negatif atau positif dan digunakan untuk melihat dari variable

dependen jika variable independen mengalami penurunan atau kenaikan

Korelasi merupakan teknik analisis yang biasa digunakan untuk melihat hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Biasanya hubungan ini dapat terjadi jika ada hubungan sebab akibat. Dua variabel tersebut berkorelasi jika ada perubahan pada satu variabel yang kemudian diikuti dengan adanya perubahan dari variabel lain dengan arah yang sama atau arah yang berlawanan. Arah yang sama disebut korelasi positif, sedangkan arah yang berlawanan disebut korelasi negatif.

Analisis korelasi merupakan alat yang biasa digunakan untuk mengukur hubungan keeratan antara dua variabel. Apabila Korelasi bernilai 0, maka tidak mempunyai hubungan antara dua variabel. Korelasi yang bernilai 1 menunjukkan kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang sangat kuat dan sifatnya tidak searah. Sedangkan Korelasi yang bernilai -1, kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang sangat kuat dan sifatnya searah. Koefisien determinasi biasanya digunakan untuk melihat atau mengukur seberapa besar atau berapa jauh kemampuan sebuah model yang digunakan dalam menerangkan variasi dari variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti yang sudah diuraikan di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara metode pembayaran dan mudahnya transaksi terhadap minat pembelian di Zalora online shopping. Penulis menggunakan Uji regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kedua variabel tersebut yaitu, variabel bebas atau independent terhadap satu variabel terikat atau *dependent*. Variabel yang nantinya dipengaruhi tersebut kita

namakan variabel terikat atau *dependent* yaitu minat beli, variable lain yang kita gunakan adalah variabel yang akan mempengaruhi kita disebut dengan variabel bebas atau independent yaitu metode metode pembayaran dan mudahnya transaksi.

Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian angket yang kita sebar. Suatu kuesioner kita sebut valid apabila pernyataan di dalamnya bisa mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tadi.

Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda ini biasanya digunakan untuk mengetahui atau melihat adanya pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas atau *independent* terhadap satu variabel terikat (*dependent*). Variabel yang dipengaruhi kita disebut sebagai variabel terikat (*dependent*) yaitu keputusan pembelian, sedangkan variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau independent yaitu metode pembayaran dan mudahnya transaksi.

Setelah dilakukan pengolahan data yang terdapat pada tabel 4.21 dengan menggunakan SPSS maka berikut ini adalah dibuat persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 18,437 + 0,621 X_1 + 0,6225 X_2$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 18,437 mempunyai arti jika nilai variable Metode Pembayaran (X_1) dan Variabel Mudahnya Transaksi (X_2) adalah nol (0) maka besarnya nilai minat pembelian (Y) akan sama dengan nilai konstanta itu sendiri yaitu sebesar 18,437. Ini menunjukkan bahwa minat pembelian tanpa adanya faktor

- metode pembayaran dan mudahnya transaksi akan bernilai positif.
2. Nilai koefisien metode pembayaran (X1) sebesar 0,621 yang bertanda koefisien positif, mengandung arti bahwa jika factor metode pembayaran mengalami peningkatan satu satuan maka minat pembelian (Y) akan mengalami kenaikan atau peningkatan sebesar 0,621 dengan asumsi bahwa nilai variable lain tetap.
 3. Nilai mudahnya transaksi (X2) sebesar 0,6225 dan bertanda koefisien positif, mengandung arti jika factor mudahnya transaksi mengalami kenaikan atau peningkatan satu satuan maka minat pembelian (Y) akan mengalami kenaikan atau peningkatan sebesar 0,6225 dengan asumsi nilai variable lain tetap.
 4. Dari kedua koefisien tersebut diatas, mudahnya transaksi (X2) memiliki nilai koefisien yang lebih tinggi sedikit sebesar 0,6225 sedangkan variable metode pembayaran (X1) memiliki nilai koefisien sebesar 0,621. Hal ini menunjukkan bahwa variabel mudahnya transaksi memiliki pengaruh yang sedikit lebih besar terhadap minat pembelian (Y).

Koefisien Korelasi

Korelasi merupakan teknik analisis yang biasa digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Biasanya hubungan ini dapat terjadi jika ada hubungan sebab akibat. Menurut Sugiyono (2007) Panduan interpretasi yang ada dari koefisien korelasi sebagai berikut: Jika Sangat rendah 0.000 – 0.199, Jika Rendah 0.200 – 0.399, Jika Sedang .400 -599, Jika Kuat 0.600 – 0.799, Jika Sangat kuat 0.800 – 1.000. Bisa kita lihat hasil perhitungan menggunakan SPSS v.21 akan

diperoleh hasil yang ditampilkan pada tabel 2 berikut:

Berdasarkan tabel 2 diatas, bisa kita peroleh bahwa hasil yang didapatkan dari perhitungan terhadap uji korelasi secara keseluruhan adalah nilai r sebesar 0,407, nilai koefisien korelasi ini ada di antara nilai 0.400 – 0.599 oleh karena itu bisa kita simpulkan hubungan antara metode pembayaran dan mudahnya transaksi terhadap keputusan pembelian Pada Zalora online adalah sedang.

Koefisien Determinasi

Uji determinasi ini biasanya digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan dari pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent.

Berdasarkan tabel 3 sebelumnya, maka secara keseluruhan diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,188. Artinya metode pembayaran dan mudahnya transaksi mempengaruhi keputusan pembelian Pada Toko Online Zalora sebesar 18,8 %, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain.

Berdasarkan perhitungan dari tabel 4 diperoleh hasil sebagai berikut: Hipotesis pada penelitian ini adalah $H_0 =$ tidak ada pengaruh antara metode pembayaran dan mudahnya transaksi dengan keputusan pembelian di toko online zalora. $H_a =$ ada pengaruh antara metode pembayaran dan mudahnya transaksi dengan keputusan pembelian di zalora online shopping. $F_{hitung} = 8,357$ dan signifikansi = 0,000. F_{tabel} dengan tingkat/ taraf signifikansi = 0,05, $df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$, $df_2 = n - k = 88 - 3 = 85$ dan hasil F_{tabel} yang diperoleh sebesar 3,95.

Kriteria Pengujian sendiri $F_{hitung} < F_{tabel} =$ maka H_0 akan diterima, H_a akan ditolak, $F_{hitung} > F_{tabel} =$ maka H_0 akan ditolak, H_a akan diterima. Nilai F_{hitung} adalah 8,357 dan nilai F_{tabel} nya adalah 3,95. Nilai signifikansi adalah 0,000. Maka besarnya nilai F

hitung lebih besar ($>$) F tabel 8,357 $>3,95$) serta nilai signifikansinya lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,000 < 0,05$) maka bisa dikatakan H_0 kita ditolak, sedangkan H_a kita

diterima. Oleh karenanya kita bisa tarik kesimpulan bahwa ada pengaruh antara metode pembayaran dan mudahnya Transaksi terhadap keputusan pembelian di zalora online shopping.

Tabel 1.
Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	18,437	3,2876		5,553	,000
	X1	,621	,254	,243	2,712	,017
	X2	,6225	,270	,254	2,379	,018

Tabel 2.
Hasil Uji Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,407 ^a	,166	,146	4,758

a. Predictors: (Constant), X1, X2

Tabel 3.
Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,407 ^a	,188	,146	4,758

a. Predictors: (Constant), X1, X2

Tabel 4.
Hasil uji simultan Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	378,367	2	189,183	8,357	,000 ^b
	Residual	1901,587	84	22,638		
	Total	2279,954	86			

a. Variabel tak bebas a: Keputusan Pembelian, b. Predictors: (Constant), X1, X2

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan data yang sudah penulis peroleh dari penyebaran kuesioner, maka bisa kita simpulkan bahwa ada pengaruh antara metode pembayaran dan mudahnya transaksi terhadap keputusan pembelian pada Zalora Online Shopping.

Adapun saran-saran yang bisa disampaikan atau diberikan kepada zalora adalah untuk lebih meningkatkan lagi keamanan metode pembayarannya yang ada sebelumnya, yaitu dengan menambahkan metode pembayaran yang lain yang bisa digunakan oleh konsumen, serta menambahkan fitur yang bisa menambah keamanan.

Metode atau sistem keamanan biasanya digunakan untuk mengidentifikasi pemegang atau pengguna kartu dengan menggunakan password atau kata sandi yang akan diterima pemegang kartu pada saat pembeli akan melakukan pembelian atau melakukan transaksi. Hal seperti ini di buat untuk membantu pembeli untuk menyediakan sistem atau mekanisme pembayaran online yang aman, nyaman, dan cepat agar kemudahan transaksi pada zalora lebih meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Ferdianto, Hengki . (2009). *Total Pack : Rahasia Sukses Membangun Bisnis Internet*. Andi Yogyakarta : Yogyakarta.

[Hidayat, Taufik Sudarma](#).(2008). *Toko Online Dengan Os Commerce*. Mediakita. Jakarta.

Humphrey, D. B. (2001). *Payment Systems: Principles, Practice, and Improvements*. The World Bank, Washington, D. C.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2003, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Jakarta, PT. Indeks Gramedia.

Nugroho Adi. (2006). *e-Commerce; Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*. Informatika Bandung. Bandung.

Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.