

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Profil Perusahaan PT Shopee Internasional Indonesia**

PT. Shopee Internasional Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan produk secara online. Shopee merupakan salah satu anak perusahaan dari Sea Group yang berpusat di Singapura (sea.com, 2023). Shopee pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 bertujuan untuk menyediakan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman, dan cepat melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat. Shopee dibuat sebagai platform yang disesuaikan untuk tiap wilayah dan menyediakan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman, dan cepat bagi setiap pelanggan. Shopee percaya bahwa kegiatan belanja online harus terjangkau, mudah, dan menyenangkan, ini adalah visi yang ingin Shopee berikan melalui platformnya (Shopee Karier, 2024). Shopee Indonesia memiliki kantor utama yang berlokasi di Pacific Century Place Tower Lantai 26 SCBD Lot 10, Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12190. Shopee di Indonesia telah menjadi *marketplace* terkenal dikarenakan Shopee terus berkembang untuk menjadi *e-commerce* yang unggul dibanding pesaing-pesaingnya yang ada di Indonesia.

Pengguna *e-commerce* Shopee dapat dengan mudah menemukan barang yang ingin dibeli karena banyaknya pilihan kategori produk yang disediakan oleh Shopee. Kategori produk tersebut yaitu Elektronik, Perlengkapan Rumah, Perawatan & Kecantikan, *Fashion* Wanita, *Fashion* Pria, Kesehatan, hingga perlengkapan Olahraga.

Konsumen dapat menikmati pengalaman berbelanja online yang mudah, aman, dan cepat dengan Shopee melalui website dan aplikasi *smartphone*. Aplikasi Shopee, yang tersedia dalam bentuk aplikasi mobile berbasis *e-commerce*, memungkinkan pengguna melakukan belanja online tanpa harus membuka situs web melalui perangkat mereka.

## **2.2 Sejarah dan Perkembangan Shopee**

Shopee merupakan salah satu e-commerce yang terbesar yang ada di Asia Tenggara. Shopee pertama kali didirikan oleh Forrest Li pada tahun 2009 yang kemudian didukung oleh perusahaan multinasional yang berbasis di Singapura bernama Sea Group. Kemudian, Shopee dipimpin oleh Chris Feng yang pada awalnya memimpin *e-commerce* lain, yaitu Lazada dan Zalora. Shopee pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 berlokasi di Singapura, setelah peluncuran tersebut Shopee mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan signifikan sehingga mendapatkan popularitas di Asia Tenggara. Dengan kemajuan dan popularitas yang tumbuh begitu pesat Shopee akhirnya melakukan ekspansi ke beberapa negara di Asia Tenggara, seperti Indonesia, Taiwan, Malaysia, Thailand, Filipina, Vietnam, China, dan Korea Selatan. Masuknya Shopee ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan baru mulai beroperasi pada akhir Juni 2015 di Indonesia. Selain itu, Shopee memberanikan diri mengekspansi pasarnya ke salah satu negara di Amerika Serikat yaitu Brazil pada tahun 2019 (sea.com, 2023).

Pada awalnya Shopee merupakan salah satu e-commerce yang berbasis *pada Customer to Customer (C2C)* namun saat ini sudah beralih menjadi *Business to Customer (B2C)* semenjak diluncurkan fitur baru yaitu Shopee Mall. Selain itu, Shopee

juga menerapkan model bisnis online yang inovatif dan strategi pemasaran yang baik. Hal tersebut membuat Shopee mendapatkan perhatian pengguna dan penjual di Indonesia. Sebagai salah satu *e-commerce*, Shopee menyediakan berbagai pelayanan yang berkualitas agar dapat memberikan pengalaman berbelanja online yang efektif dan terpercaya bagi konsumen. Selain itu, Shopee juga menawarkan berbagai produk yang dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen dan didukung dengan sistem pembayaran yang terintegrasi dengan baik.

Shopee sendiri mengalami kenaikan pendapatan setiap tahunnya dengan baik, berdasarkan data *Quarterly Results* yang dipublikasi oleh SEA Group. Dalam penyusunan laporan keuangan Shopee menerapkan GAAP (*Generally Accepted Accounting Principles*) Revenue. GAAP Revenue merupakan laporan keuangan terkait pendapatan yang diperoleh Sea Money pada produk *E-commerce*. Pendapatan layanan *e-commerce* Shopee meningkat sebesar 27,4% dari US\$6,2 miliar pada tahun 2022 menjadi US\$7,9 miliar pada tahun 2023. Hal ini terutama disebabkan oleh peningkatan monetisasi, karena pendapatan layanan *e-commerce* melalui GMV meningkat dari 8,4% pada tahun 2022 menjadi 10,0% pada tahun 2023. Nilai pesanan rata-rata di Shopee tetap stabil dari tahun ke tahun, sekitar US\$10 (Annual Report Sea Group, 2023). Dengan data yang ada maka dapat diketahui bahwa Shopee memiliki perkembangan yang baik sebagai suatu *e-commerce*.

## **2.3 Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan**

### **2.3.1 Visi Perusahaan**

Visi yang dimiliki oleh Shopee yaitu “Menjadi Mobile Marketplace Nomor Satu di Indonesia” (Shopee Karier, 2024)

### **2.3.2 Misi Perusahaan**

Misi yang dimiliki oleh Shopee yaitu “Mengembangkan Jiwa Kewirausahaan Bagi Para Penjual di Indonesia” (Shopee Karier, 2024)

### **2.3.3 Nilai Perusahaan**

Shopee memiliki lima nilai perusahaan yang diterapkan di dalam proses bisnisnya, yaitu sebagai berikut (sea.com, 2023) :

#### **1. Kami Melayani (We Serve)**

Pelanggan kami merupakan satu-satunya penentu nilai produk dan layanan.

Kami berusaha untuk mampu memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi dan melayani konsumen yang belum terlayani dengan baik.

#### **2. Kami Beradaptasi (We Adapt)**

Perubahan yang cepat merupakan satu-satunya hal yang konstan di era digital saat ini. Kami merangkul, merayakan, dan selalu berusaha untuk menjadi pemimpin yang dapat memengaruhinya.

#### **3. Kami Berlari (We Run)**

Kami terus berlomba untuk mencapai kesuksesan terhadap perubahan yang pesat. Kami bergerak lebih cepat, lebih baik, dan lebih tepat setiap harinya.

#### **4. Kami Berkomitmen (We Commit)**

Pekerjaan kami merupakan komitmen kami. Kami berkomitmen terhadap nilai-nilai, institusi, nasabah, dan mitra kami. Kami berkomitmen terhadap satu sama lainnya dan kami berkomitmen untuk mampu melakukan yang terbaik dan menjadi yang terbaik.

#### **5. Kami Tetap Rendah Hati (We Stay Humble)**

Kami telah menempuh perjalanan jauh dari awal yang sederhana, namun kami tidak pernah kehilangan kerendahan hati kami dalam mencapai hal-hal yang lebih tinggi atau unggul.

#### **2.4 Logo Perusahaan**

(Rustan, 2009:12) dalam bukunya yang berjudul “Mendesain Logo” mendefinisikan bahwa logo berasal dari bahasa Yunani, yaitu *logos* yang berarti kata, pikiran, pembicaraan akal budi. Identitas suatu perusahaan merupakan cerminan dari visi, misi suatu perusahaan yang divisualisasikan dalam logo perusahaan.



**Gambar 2.1 Logo Shopee**

Sumber : Shopee.co.id (2023)

Logo Shopee memiliki arti bagi perusahaan. Arti dan warna dari logo Shopee tersebut antara lain:

1. Warna oranye memiliki kesan yang hangat, sebagai warna yang hangat, meningkatkan antusias, daya tarik, perasaan bahagia, serta menarik daya minat pembeli.
2. Gambar keranjang mengartikan keranjang belanjaan yang ada pada fitur Shopee guna memudahkan pengguna untuk menyimpan barang yang akan dibeli.
3. Simbol S merupakan simbol dari *e-commerce* Shopee.

## **2.5 Fitur Pada Shopee**

Shopee sebagai salah satu e-commerce yang banyak digunakan oleh masyarakat tentunya telah menyediakan berbagai produk dan layanan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Fitur yang terdapat pada Shopee membantu pengguna dalam hal jual beli serta memudahkan pengguna untuk mencari barang yang diinginkan. Selain itu Shopee memiliki banyak kategori produk yang ditawarkan, diantaranya yaitu Elektronik, Komputer & Aksesoris, Handphone & Aksesoris, Fashion, Makanan & Minuman, Perawatan & Kecantikan, Perlengkapan Rumah, Aksesoris Fashion, Kesehatan, Otomotif, Hobi & Koleksi, hingga Olahraga & Outdoor.

Berikut ini adalah beberapa fitur penting dalam Shopee (Fitur Penting Shopee, 2021) :

### 1. Keranjang

Keranjangku adalah fitur di mana pengguna dapat menyimpan barang yang mereka pilih untuk dibeli dan melihat daftar barang yang telah dimasukkan ke dalam keranjang.

### 2. *Checkout*

Setelah memasukkan produk ke dalam keranjang, pengguna akan dibawa ke halaman checkout untuk memulai pembelian. Di halaman ini, mereka akan menemukan alamat tujuan, produk yang dibeli, opsi pengiriman, dan metode pembayaran.

### 3. Metode Pembayaran

Pilihan metode pembayaran yang beragam, seperti ShopeePay, SPayLater, Bank Transfer, Kartu Kredit, COD, Alfamart, dan Indomaret, ada di fitur metode pembayaran ini, yang membuat pelanggan lebih mudah memilih metode pembayaran mereka saat men-checkout barang.

### 4. Lacak Pesanan

Jika penjual memberikan nomor resi kepada pembeli, pembeli dapat melihat status pengiriman produk.

### 5. Ajukan Pengembalian Dana/Barang

Jika barang yang dibeli tidak sesuai dengan deskripsinya, Anda dapat menggunakan fitur ini untuk mengajukan permohonan pengembalian barang atau dana.

#### 6. Shopee Pay

ShopeePay adalah layanan dompet dan uang elektronik yang memungkinkan Anda membayar dan mengembalikan dana dari Shopee.

#### 7. Shopee Express

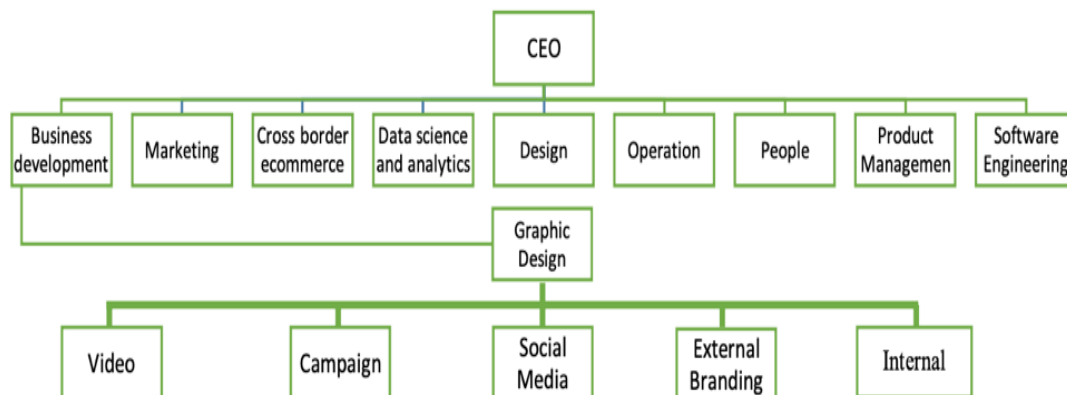
Shopee juga menawarkan layanan logistik atau pengiriman, yang memudahkan penjual dan pembeli dalam mengirimkan dan menerima barang. Salah satu layanan logistik atau pengiriman yang ditawarkan oleh Shopee adalah Shopee Express.

#### 8. Shopee Produk

Shopee memiliki banyak kategori produk yang ditawarkan, diantaranya yaitu Elektronik, Komputer & Aksesoris, *Handphone* & Aksesoris, *Fashion*, Makanan & Minuman, Perawatan & Kecantikan, Perlengkapan Rumah, Aksesoris *Fashion*, Kesehatan, Otomotif, Hobi & Koleksi, hingga Olahraga & *Outdoor*.

## 2.6 Struktur Organisasi Shopee

Robbins & Mary Coulter (2016) mendefinisikan bahwa struktur organisasi adalah pengaturan formal pekerjaan dalam suatu organisasi. Struktur ini, yang dapat ditampilkan secara visual dalam bagan organisasi, juga melayani banyak tujuan. Struktur organisasi adalah kerangka dan susunan perwujudan pola konsisten hubungan di antara fungsi-fungsi, bagian-bagian, atau posisi serta individu yang menunjukkan tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang ada dalam suatu organisasi. Berikut ini adalah gambaran struktur organisasi Shopee Indonesia :



**Gambar 2.2 Gambar Struktur Organisasi**

Sumber : Shopee Internasional Indonesia 2023

Adapun *Job Description* dari struktur organisasi Shopee adalah sebagai berikut:

### 1. CEO

Memantau dan mengontrol kelancaran dan kendala yang ada di perusahaan, serta mengontrol divisi-divisi dibawahnya di Shopee Indonesia

## *2. Business Development*

- a. Mengontrol interaksi antara penjual dan pembeli berjalan baik
- b. Memutuskan ide-ide untuk campaign yang akan ditawarkan

## *3. Marketing Department*

- a. Mengkoordinasikan semua media
- b. Mengkoordinasikan acara dan mengkoordinasikan meningkatkan penjualan.

## *4. Cross Border E-commerce*

- a. Mengelola dan memiliki komunikasi yang baik dengan Penjual Korea/Mandarin dalam Bahasa Inggris atau Mandarin (terutama ditulis)
- b. Menangani pertanyaan pelanggan dari pembeli
- c. Mengelola dan menyelesaikan masalah dan meningkatkan hubungan pelanggan
- d. Melakukan pemeriksaan kualitas untuk terjemahan produk.

## *5. Data Science and Analytics Department*

- a. Membantu berbagai unit bisnis sebagai mitra diskusi untuk merencanakan, menyusun strategi, dan menumbuhkan bisnis Shopee dengan memungkinkan pengambilan keputusan berbasis data
- b. Berfungsi sebagai in-konsultan yang menyederhanakan terminologi yang kompleks menjadi wawasan yang lebih dimengerti oleh klien internal kami
- c. Menghasilkan wawasan yang dapat ditindaklanjuti yang akan digunakan untuk mendukung atau menyusun strategi baru
- d. Mengembangkan laporan dan analisis

## *6. Design Department*

Bertugas untuk membuat design untuk media sosial, billboard, dan kebutuhan iklan lainnya dipublikasikan

#### *7. Operation Departmen*

Bertugas untuk menghubungkan para penjual dan pembeli dengan menampung kritik dan saran yang diberikan

#### *8. People Department*

- a. Menangani hubungan antara karyawan satu dengan lainnya
- b. Memahami apa yang dibutuhkan setiap divisinya
- c. Membuat analisa dan memberikan solusi apabila terjadi penurunan motivasi karyawan

#### *9. Product Management*

- a. Mengawasi seluruh siklus hidup produk, mulai dari perencanaan, pengembangan, peluncuran, hingga penghentian produk.
- b. Bekerja sama dengan tim lintas fungsi seperti tim teknik, desain, pemasaran, penjualan, dan dukungan pelanggan untuk memastikan pelaksanaan strategi produk yang efektif.

#### *10. Software Engineer*

*Software Engineer* bertanggung jawab untuk merancang, mengembangkan, menguji, dan memelihara aplikasi dan sistem perangkat lunak. Peran ini melibatkan kerja sama dengan tim lintas fungsi untuk memahami persyaratan, menulis kode yang efisien, dan memastikan perangkat lunak memenuhi standar kualitas dan kinerja yang tinggi.

### *11. Graphic Design*

Desainer Grafis bertanggung jawab untuk membuat konten visual yang mengkomunikasikan pesan secara efektif dan estetis. Peran ini melibatkan bekerja dengan berbagai media dan alat untuk mendesain grafis untuk berbagai aplikasi, termasuk situs web, iklan, branding, dan materi cetak. Desainer Grafis berkolaborasi dengan klien dan tim lintas fungsi untuk mewujudkan konsep dan memastikan konsistensi visual di semua proyek.

### *12. Video*

Membuat *Motion* grafis untuk kebutuhan iklan, dan proyek video lainnya.

Membuat design yang telah diberikan oleh *Campaign Team Lead*, yaitu membuat elemen grafis untuk tampilan *website* Shopee.<sup>55</sup>

### *13. Campaign*

Membuat design yang telah diberikan oleh *Campaign Team Lead*, yaitu membuat elemen grafis untuk tampilan *website* Shopee.<sup>55</sup>

### *14. Social Media*

Membuat design yang telah diberikan oleh *Social Media Team Lead*, yaitu membuat kebutuhan media sosial, seperti *instagram feeds*, dan *instastory*.

### *15. External Branding*

Menerima semua pekerjaan yang diberikan untuk tim *external branding*, meninjau kembali pekerjaan yang diminta, setelah mendapat persetujuan kemudian memberikannya kepada tim *external branding*. Pekerjaannya berupa proyek-proyek yang lebih condong ke *website*.

### *16. Internal Branding*

Membuat kebutuhan internal seperti *Orange Day*, Kampus Shopee. Tugas utama *Team Lead* juga untuk memeriksa pekerjaan yang sudah diberikan dan menunggu persetujuan dari *Graphic Design Team Lead*.

## **2.7 Bidang Usaha Shopee Indonesia**

Shopee Indonesia adalah salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia. Shopee beroperasi dalam beberapa bidang usaha yang saling terintegrasi untuk menyediakan layanan e-commerce yang komprehensif. Berikut adalah beberapa bidang usaha utama Shopee Indonesia:

1. Marketplace : Shopee menyediakan platform bagi penjual dan pembeli untuk bertransaksi secara online. Ini termasuk produk dalam berbagai kategori seperti fashion, elektronik, peralatan rumah tangga, kecantikan, dan banyak lagi.
2. Logistik dan Pengiriman : Shopee memiliki layanan logistik yang disebut Shopee Express untuk memastikan pengiriman yang cepat dan efisien. Selain itu, mereka bekerja sama dengan berbagai mitra logistik lainnya untuk memperluas jangkauan pengiriman.
3. Layanan Pembayaran : Shopee memiliki layanan pembayaran digital yang disebut ShopeePay, yang memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi secara online. ShopeePay juga bisa digunakan untuk pembayaran di merchant offline yang bekerja sama dengan Shopee.
4. Layanan Keuangan : Melalui ShopeePay Later dan fitur pinjaman lainnya, Shopee menawarkan layanan kredit dan pembiayaan untuk pengguna. Ini

termasuk program cicilan tanpa kartu kredit dan pinjaman untuk pembelian produk di platform mereka.

5. Shopee Mall : Ini adalah bagian dari marketplace yang menampilkan produk dari merek-merek ternama dan resmi. Shopee Mall menjamin keaslian produk yang dijual dan memberikan pengalaman belanja yang lebih premium.
6. Program Promosi dan Diskon : Shopee sering mengadakan berbagai kampanye promosi, seperti flash sale, diskon besar-besaran, dan festival belanja tahunan seperti 9.9, 10.10, dan 11.11. Program ini bertujuan untuk menarik lebih banyak pembeli dan meningkatkan penjualan bagi penjual di platform mereka.
7. Shopee Live : Fitur live streaming yang memungkinkan penjual untuk berinteraksi langsung dengan pembeli potensial, memberikan demonstrasi produk, dan menjawab pertanyaan secara real-time. Ini meningkatkan keterlibatan pelanggan dan mendorong penjualan.
8. Shopee Food : Layanan pesan-antar makanan yang memungkinkan pengguna untuk memesan makanan dari berbagai restoran dan gerai makanan melalui aplikasi Shopee.
9. Shopee Games : Untuk meningkatkan keterlibatan pengguna, Shopee menyediakan berbagai permainan dalam aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk memenangkan voucher dan hadiah lainnya.

Shopee Indonesia terus berinovasi dan memperluas layanan mereka untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang pesat di Indonesia, memastikan pengalaman belanja yang nyaman dan menyenangkan bagi pengguna mereka.

## **2.8 Gambaran Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee**

Kepercayaan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee. Berikut adalah gambaran mengenai kepercayaan dan kemudahan penggunaan aplikasi Shopee:

Kepercayaan Pengguna Terhadap Aplikasi Shopee :

### **1. Reputasi dan Kredibilitas**

Shopee adalah salah satu platform e-commerce terbesar di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, dan memiliki banyak pengguna aktif yang terkenal, yang memberikan kepercayaan yang tinggi kepada pengguna. Selain itu, Shopee sering mengadakan promosi dan acara besar, seperti "Shopee 11.11 Big Sale", yang meningkatkan reputasi dan kredibilitas mereka.

### **2. Sistem Keamanan**

Shopee menggunakan berbagai sistem keamanan untuk melindungi data pengguna dan transaksi, seperti enkripsi SSL, OTP (Password Satu Kali), dan verifikasi dua faktor. Selain itu, pengguna dapat melihat reputasi penjual sebelum melakukan transaksi, sehingga mengurangi kemungkinan penipuan.

### **3. Layanan Pelanggan**

Shopee menawarkan layanan pelanggan 24 jam sehari, 7 hari seminggu, melalui live chat, email, dan call center. Selain itu, kebijakan pengembalian barang dan pengembalian dana Shopee yang jelas dan transparan memberikan pelanggan rasa aman jika terjadi masalah dengan pesanan mereka.

### **4. Program Garansi dan Proteksi**

Shopee menawarkan program Shopee Guarantee, yang menjamin kepada pelanggan bahwa barang akan diterima dengan baik. Program ini memungkinkan Shopee untuk mempertahankan pembayaran pelanggan sampai pelanggan mengonfirmasi bahwa barang telah diterima dengan baik.

#### Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee :

1. Antarmuka Pengguna yang Ramah

Shopee memiliki antarmuka pengguna yang ramah pengguna yang mudah digunakan untuk pengguna baru dan lama. Pengguna dapat menemukan produk dengan cepat dan mudah dengan kategori dan filter yang tersedia.

2. Fitur Unggulan Fitur

Fitur pencarian dengan gambar Shopee memungkinkan pengguna mencari produk hanya dengan mengambil foto atau mengunggah gambar. Fitur Shopee Live memungkinkan pengguna melihat penjual memamerkan produk secara langsung, memberikan pengalaman belanja yang lebih interaktif. Fitur chat dengan penjual memungkinkan pengguna bertanya langsung mengenai produk yang akan dibeli, sehingga sangat membantu konsumen.

3. Metode Pembayaran yang Beragam

Shopee mendukung berbagai metode pembayaran, seperti e-wallet (seperti ShopeePay), transfer bank, kartu kredit/debit, dan bayar di tempat (COD). Metode pembayaran ini membuat transaksi lebih nyaman dan fleksibel.

#### 4. Pengiriman yang Cepat dan Terjamin

Shopee bekerja sama dengan banyak kurir dan jasa logistik untuk memastikan pengiriman barang yang aman dan cepat. Pengguna dapat memilih dari berbagai pilihan pengiriman dari pengiriman standar sampai ekspres.

#### 5. Program Loyalitas dan Promosi

Shopee memiliki program loyalitas seperti Shopee Coins, di mana pengguna dapat mengumpulkan koin dari setiap transaksi dan menukarkannya dengan potongan harga pada pembelian berikutnya. Selain itu, ada banyak promo, diskon, dan voucher yang ditawarkan secara teratur, membuat pelanggan lebih tertarik dan lebih sering berbelanja di Shopee.

### **2.9 Gambaran Responden**

#### 2.9.1 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden pada penelitian ini dianalisis berdasarkan beberapa hal yakni, usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, frekuensi pembelian selama 3 bulan terakhir, dan produk yang sering dibeli.

#### 2.9.2 Responden Berdasarkan Usia

Usia adalah jumlah tahun hidup seseorang sejak saat kelahiran (American Psychological Association, 2015). Berikut ini adalah data responden berdasarkan usia:

**Tabel 2.1 Responden Berdasarkan Usia**

| <b>Interval Usia</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|----------------------|---------------|-----------------------|
| 20-24                | 58            | 60                    |
| 25-29                | 21            | 22                    |
| 30-34                | 18            | 19                    |
| <b>Total</b>         | <b>97</b>     | <b>100</b>            |

Sumber : Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui mayoritas responden ada pada rentang usia 20 – 24 tahun sebanyak 58 orang, lalu rentang usia 30-34 tahun sebanyak 18 orang menjadi urutan terakhir dalam urutan responden berdasarkan usia..

#### 2.9.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin dijelaskan dalam klasifikasi biologis yang dapat membedakan individu sebagai laki-laki atau perempuan (American Psychological Association, 2015). Berikut ini adalah data responden berdasarkan jenis kelamin :

**Tabel 2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|----------------------|---------------|-----------------------|
| Laki-laki            | 30            | 31                    |
| Perempuan            | 67            | 69                    |
| <b>Total</b>         | <b>97</b>     | <b>100</b>            |

Sumber : Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 69% sedangkan responden laki-laki sebanyak 31%.

#### 2.9.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan adalah proses pembelajaran atau pengajaran yang bertujuan untuk mengembangkan potensi, pengetahuan, keterampilan, nilai, sikap, dan perilaku

individu dan pendidikan memiliki tingkatan tertentu seperti SMA, SD, S1, D3/D4, dan SMP . Berikut ini adalah data responden berdasarkan pendidikan terakhir :

**Tabel 2.3 Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| <b>Pendidikan</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|-------------------|---------------|-----------------------|
| S1                | 45            | 46                    |
| D4/D3             | 5             | 5                     |
| SMA               | 47            | 48                    |
| <b>Total</b>      | <b>97</b>     | <b>100</b>            |

Sumber : Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA dengan jumlah 46% sedangkan responden dengan pendidikan terakhir D4/D3 dengan jumlah 5% menjadi responden yang paling sedikit.

#### 2.9.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan adalah aktivitas yang dilakukan oleh individu untuk memperoleh penghasilan (American Psychological Association, 2015). Berikut ini adalah data responden berdasarkan pekerjaan :

**Tabel 2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| <b>Pekerjaan</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|------------------|---------------|-----------------------|
| Karyawan Swasta  | 15            | 15                    |
| Mahasiswa        | 47            | 48                    |
| PNS              | 35            | 36                    |
| <b>Total</b>     | <b>97</b>     | <b>100</b>            |

Sumber : Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai Mahasiswa/Pelajar sebesar 48% sedangkan responden yang bekerja sebagai Karyawan Swasta sebesar 15% menjadi responden yang paling sedikit.

### 2.9.6 Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan didefinisikan sebagai jumlah uang atau nilai ekonomi yang diterima oleh individu sebagai hasil dari pekerjaan dalam suatu periode tertentu (American Psychological Association, 2015). Berikut ini adalah data responden berdasarkan pendapatan :

**Tabel 2.5 Responden Berdasarkan Pendapatan**

| <b>Pendapatan</b>            | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|------------------------------|---------------|-----------------------|
| $\leq$ Rp2.000.000           | 16            | 16                    |
| > Rp2.000.000 – Rp 3.500.000 | 49            | 51                    |
| > Rp3.500.000 – Rp 5.000.000 | 28            | 29                    |
| > Rp5.000.000                | 4             | 4                     |
| <b>Total</b>                 | <b>97</b>     | <b>100</b>            |

Sumber : Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui mayoritas pendapatan responden pada penelitian ini berada > Rp2.000.000 – Rp 3.500.000 sebanyak 51% sedangkan responden dengan rentang pendapatan > Rp5.000.000 sebanyak 4% menjadi responden yang paling sedikit.

### 2.9.7 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Dalam 3 Bulan Terakhir

Frekuensi pembelian adalah berapa kali rata - rata pelanggan membeli barang atau jasa dari suatu penjual pada periode tertentu. Berikut ini adalah data responden berdasarkan frekuensi pembelian dalam 3 bulan terakhir :

**Tabel 2.6 Responden Frekuensi Pembelian 3 Bulan Terakhir**

| <b>Pembelian 3 Bulan Terakhir</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|-----------------------------------|---------------|-----------------------|
| <5 kali                           | 17            | 18                    |
| 5 – 10 kali                       | 66            | 68                    |
| 11 – 15 kali                      | 10            | 10                    |
| > 15 kali                         | 4             | 4                     |
| <b>Total</b>                      | <b>97</b>     | <b>100</b>            |

Sumber : Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui mayoritas responden melakukan pembelian di Shopee sebanyak 5 – 10 kali dalam 3 bulan terakhir sebesar 68% sedangkan responden yang melakukan pembelian di Shopee > 15 kali dalam 3 bulan terakhir sebesar 4% menjadi responden yang paling sedikit.

#### 2.9.8 Responden Berdasarkan Produk yang Sering Dibeli

Produk adalah barang yang ditawarkan Shopee kepada konsumen untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Berikut ini adalah data responden berdasarkan produk yang dibeli :

**Tabel 2.7 Responden Berdasarkan Produk yang Sering Dibeli**

| <b>Produk yang Sering Dibeli</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|----------------------------------|---------------|-----------------------|
| Pakaian                          | 37            | 38                    |
| Kesehatan/Perawatan Tubuh        | 50            | 52                    |
| Elektronik                       | 5             | 5                     |
| Alat Kebutuhan Rumah Tangga      | 5             | 5                     |
| <b>Total</b>                     | <b>97</b>     | <b>100</b>            |

Sumber : Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui responden pada penelitian ini paling sering berbelanja produk Kesehatan/Perawatan Tubuh sebanyak 52%, lalu responden yang berbelanja Pakaian 38%, dan responden yang membeli Alat Kebutuhan Rumah Tangga

dan Elektronik menjadi responden yang paling sedikit masing-masing memiliki nilai 5% responden.