

## ANALISIS PENGARUH HARBOLNAS (Hari Belanja Online Nasional) DAN PROGRAM SUBSIDI ONGKIR TERHADAP MINAT BELANJA KONSUMEN DI E-COMMERCE

### *ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF HARBOLNAS (National Online Shopping Day) AND POSTAGE SUBSIDY PROGRAM ON CONSUMER SHOPPING INTEREST IN E-COMMERCE*

(Case Study of Ladang Bambu Village, Medan Tuntungan)

Barani Silaban<sup>1</sup>, Lasma Melinda Siahaan<sup>2</sup>, Conie Nopinda Sitepu<sup>3</sup>

Universitas Quality (Jl. Ngumban Surbakti No.18, Sempakata, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara 20132 Indonesia)

Penulis Korespondensi : 082272891605, [baranixsilaban99@gmail.com](mailto:baranixsilaban99@gmail.com)

#### ABSTRAK

Harbolnas dan Program subsidi ongkir dianggap mampu meningkatkan minat belanja di *e-commerce*, awal berlangsungnya harbolnas hingga pada saat ini masih mendapat perhatian bagi para konsumen *e-commerce*. Subsidi ongkir sampai saat ini masih dianggap mempunyai pengaruh dalam menaikkan minat belanja konsumen. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harbolnas (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat belanja dan Program Subsidi Ongkir (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat belanja di *e-commerce* studi kasus Kelurahan Ladang Bambu Kecamatan Medan Tuntungan Medan.

**Kata Kunci:** *Harbolnas, Program Subsidi Ongkir, e-commerce, Minat Belanja*

#### ABSTRACT

*Harbolnas and the postage subsidy program are considered to be able to increase shopping interest in e-commerce, the beginning of harbolnas until now still gets attention for e-commerce consumers. Postage subsidies are still considered to have an influence in increasing consumer shopping interest in e-commerce. The study used a quantitative method with purposive sampling technique with a total of 100 respondents. The results showed that Harbolnas (X1) had no significant effect on shopping interest and the Ongkir Subsidy Program (X2) had a significant effect on shopping interest in e-commerce, a case study of Ladang Bambu Village, Medan Tuntungan Subdistrict, Medan.*

**Keywords:** *Harbolnas, Postage Subsidy Program, e-commerce, Shopping Interest*

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di zaman sekarang memberikan kemudahan bagi siapa saja, komunikasi di era sekarang tidak harus tatap muka tetapi bisa dilakukan lewat media sosial seperti *facebook*, *zoom*, *skyp* dan lain-lain. Perkembangan era digital sangat pesat, perkembangan ini digunakan banyak orang sebagai peluang dalam bisnis. Tidak sedikit konsumen juga menggunakan media ini untuk bertransaksi yang tentunya ingin mendapatkan kemudahan dan keuntungan yang lebih baik dibanding dengan transaksi *offline*.

Harbolnas adalah hari belanja online nasional dan biasanya diperingati pada bulan Desember, *lazada* adalah pelopor dari lahirnya *event* setiap bulan ini. Pesta belanja *online cybermonday* di beberapa negara seperti Jepang, Amerika Serikat, Inggris, Kanada adalah awal cikal bakal dari fenomena harbolnas ini. *Cyber Monday* ini awalnya terinspirasi dari perayaan *Black Friday* di Amerika Serikat.

Subsidi ongkos kirim merupakan salah satu poin yang diperhatikan oleh konsumen ketika belanja *online* dan harbolnas, pada awal harbolnas ada beberapa produk yang pengirimannya gratis. Seiring berjalannya waktu sistem yang ditawarkan oleh *platform* belanja *online* adalah subsidi ongkos kirim, hal ini terjadi karena ada beberapa daerah yang biaya pengirimannya cukup mahal.

## METODE PENELITIAN

### Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Ladang Bambu Kecamatan Medan Tuntungan kota Medan Sumatera Utara. Adapun waktu penelitian dilakukan dalam penelitian ini yaitu dari bulan Oktober 2023 sampai Januari 2024.

### Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna salah satu aplikasi e-commerce. Sampel yang diambil adalah 20 orang pengguna salah satu aplikasi *ecommerce* setiap kelurahan dan pernah berbelanja online dan sudah pernah belanja di harbolnas lebih dari 1 kali.

## **Instrumen Penelitian**

Peneliti memperoleh data dengan mengirimkan secara langsung kusioner kepada penduduk Ladang Bambu. Sedangkan alat ukur atau instrument penelitian yang dipakai dalam penelitian adalah dengan menggunakan skala *likert*.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Ladang Bambu yang merupakan bagian dari wilayah Kecamatan Medan Tuntungan. Kecamatan Medan Tuntungan terdiri dari 9 Kelurahan yaitu Kelurahan Ladang Bambu, Kelurahan Sidomulyo, Kelurahan Lau Cih, Kelurahan Namu Gajah, Kelurahan Kemenangan Tani, Kelurahan Simalingkar B, Kelurahan Simpang Selayang dan Kelurahan Tanjung Selamat. Kelurahan Ladang Bambu mempunyai luas kurang lebih 135 Ha, yang terdiri dari 5 lingkungan dengan batas wilayah kelurahan sebagai berikut:

Kelurahan Ladang Bambu sendiri berbatasan langsung dengan wilayah yakni di sebelah utara berbatasan dengan Kelurahan Namu Gajah, di sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Deli Serdang, di sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Deli Serdang dan di sebelah Barat berbatasan dengan Daerah aliran Sungai Belawan. Kelurahan Baru Ladang Bambu Kecamatan Medan Tuntungan awalnya merupakan daerah pemekaran dari Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli serdang. Jumlah KK yang terdaftar di Kelurahan Ladang Bambu ada sekitar 1535 KK dengan jumlah penduduk sebanyak 5154 jiwa yang terdiri dari 2534 jiwa laki-laki dan 2620 jiwa perempuan. Jumlah penduduk yang terdata dari usia 20 tahun sampai 50 tahun berkisar 1265 jiwa.

### **Gambaran Umum Responden**

Kuesioner ini dibagikan kepada 100 responden yang sering berbelanja online di salah satu *e-commerce* (Shopee, Lazada, Tokopedia, Buka Lapak dan Blibli). Responden dalam penelitian ini diidentifikasi menurut jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan yang hasilnya dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

## 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin menunjukkan tingkat persentase konsumen dalam melakukan transaksi belanja *online* di Kelurahan Ladang Bambu. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.1 karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.**

No	Jenis Kelamin Responden	Frekuensi	Persen (%)
1	Laki-Laki	45	45
2	Perempuan	55	55
	Total	100	100

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Dari data deskriptif responden yang ada diatas, berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa jumlah laki-laki sebanyak 45 orang atau 45% sedangkan jumlah wanita sebesar 55 orang atau 55%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang berbelanja di *E-commerce* didominasi oleh perempuan.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.

Karakteristik berdasarkan jenis kelamin menunjukkan tingkat persentase konsumen dalam belanja *online* di Kelurahan Ladang Bambu. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia Responden	Frekuensi	Persen (%)
1	20 – 30 Tahun	24	24
2	31 – 40 Tahun	47	47
3	41- 50	21	21
	Total	100	100

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Responden berdasarkan tingkat umur dimulai dari umur 20 tahun sampai 50 tahun. Tingkat umur yang mendominasi dalam berbelanja *online* rentang usianya sekitar 31-40 yaitu sebanyak 47 orang.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik berdasarkan Jenis Pekerjaan menunjukkan tingkat persentase konsumen dalam belanja *online* di Kelurahan Ladang Bambu. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan Responden	Frekuensi	Persen (%)
1	ART	8	8
2	Dosen	5	5
3	Karyawan Swasta	41	41
4	Petani	10	10
5	PNS	14	14
6	Wirausaha	22	22

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan hasil penelitian maka didapat hasil responden berdasarkan pekerjaan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa responden berdasarkan pekerjaan ART sebanyak 8 orang (8%), Dosen sebanyak 5 orang (5%), Karyawan swasta sebanyak 41 orang (41%), Petani sebanyak 10 orang (10%), Pegawai Negeri 14 Orang (14%) dan Wirausaha sebanyak 22 Orang (22%).

### Uji Kualitas Data

#### Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi). Untuk memberikan gambaran analisis statistik deskriptif, berikut langkah analisis yang perlu dilakukan.

**Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga Harbolnas (X1)	100	18	29	23.24	2.216
Program Subsidi Ongkir (X2)	100	18	30	23.67	2.621
Minat Belanja (Y)	100	18	28	23.02	2.127
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data Olahan SPSS 23 tahun 2024

## Uji Validitas

Metode yang digunakan untuk menguji validitas adalah melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel yaitu *Corrected item* . Dapat dilihat bahwa nilai  $r$  hitung semua item masing-masing variable Harga Harbolnas, Program Subsidi Ongkir dan Minat Berbelanja  $> 0,1966$ . Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item masing-masing variabel memenuhi syarat untuk valid.

## Uji Reliabilitas

Jika koefisien *Cronbach Alpha*  $> 0,70$  maka pertanyaan dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien *Cronbach Alpha*  $< 0,70$  maka pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

**Tabel 4.6 Uji Reabilitas**

No	Variabel	Item yang dipertanyakan	Cronbach's Alpha	Keputusan
1	Minat Berbelanja (Y)	6	0,731	Reliabel.
2	Harga Harbolnas (X1)	6	0,720	Reliabel.
3	Program Subsidi Ongkir (X2)	6	0,835	Reliabel.

Sumber.: Data Olahan SPSS 23 tahun 2024

Pada Tabel 4.6 menjelaskan bahwa setelah dilakukan uji reliabilitas, nilai *cronbach alpha* masing-masing variabel Minat belanja, Harga Harbolnas, dan Program Subsidi Ongkir adalah 0,731, 0,720, dan 0,835 yang berarti semua variabel tersebut reliabel karena memiliki nilai koefisien alpha  $> 0,70$ .

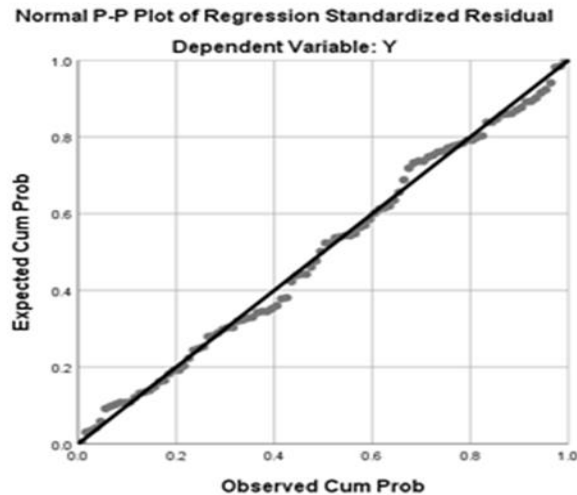
## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

#### 1. Analisis Grafik

Deteksi normalitas dilihat dengan menggunakan grafik normal *P-P Plot of Regression Standarized Residual*.

Gambar 4.1 Diagram P-P Plot Normalitas



Pada gambar 4.1 dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

## 2. Uji Kolmogorof-Smirnov

Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan analisis statistik berupa uji *One-Sample Kolmogorov-Sminov*.

Tabel 4.7 Hasil Pengujian Kolmogorof-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80919258
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.051
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.  
 d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai dari *Asymp. Sig. (2- tailed)* adalah sebesar 0,20 dimana nilai tersebut  $> 0,05$  sehingga data disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Hasil pengujian multikolonieritas dapat dilihat pada sebagai berikut:

**Tabel 4.8 Hasil Pengujian Multikolonieritas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.371	2.312		4.486	.000		
	Harga Harbolnas (X1)	.162	.085	.169	1.910	.059	.951	1.051
	Program Subsidi Ongkir (X2)	.375	.072	.462	5.219	.000	.951	1.051

a. Dependent Variable: Minat Belanja (Y)

Sumber : Data Olahan SPSS 23 tahun 2024

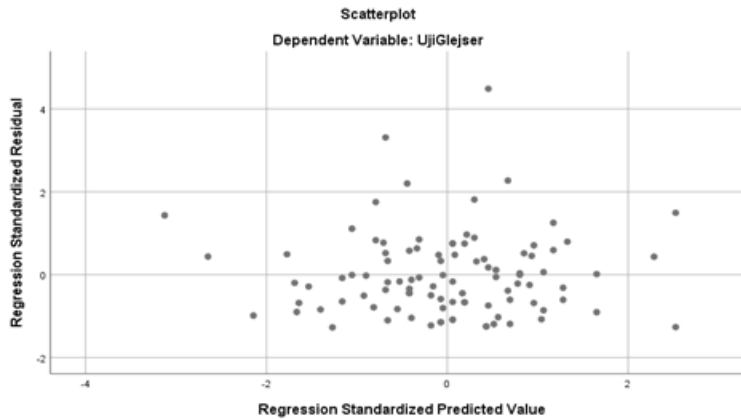
Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa variabel Tolerance  $> 0,10$  dan variabel Harga Harbolnas, dan Program Subsidi Ongkir memiliki nilai VIF  $< 10$  sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel independen dan model regresi memenuhi uji asumsi multikolinearitas.

### Uji Heterokedastisitas

Untuk mendeteksi heteroskedastisitas digunakan uji Gleser, yaitu dengan cara meregresi variabel independent dengan nilai absolute dari residual. Jika hasil pengujian t-test diperoleh nilai signifikansi  $> 0,05$  berarti tidak terdapat heteroskedastisitas.



Gambar 4.2 Grafik Scaterplot



Dari gambar 4.2 dapat dilihat tidak terdapat titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) dan tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Statistik yang digunakan untuk mendeteksi terjadinya atau tidaknya heterokedastisitas pada penelitian ini adalah uji gleser, yang dapat dilihat pada Tabel 4.9 sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1.585	1.376		1.152	.252
Harga Harbolnas (X1)	.010	.051	.021	.205	.838
Program Subsidi Ongkir (X2)	-.016	.043	-.039	-.376	.708

a. Dependent Variable: Minat Belanja (Y)

Sumber : Data Olahan SPSS 23 tahun 2024

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat dilihat bahwa semua variabel independen memiliki nilai signifikan  $> 0,05$ , yaitu 0,838 dan 0,708 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heterokedastisitas dalam model regresi tersebut.

## Uji Autokorelasi

Hasil pengujian ada atau tidaknya autokorelasi dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.10 sebagai berikut ini:

**Tabel 4.10 Hasil Pengujian Autokorelasi**

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.05751
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	43
Z	-1.608
Asymp. Sig. (2-tailed)	.108

a. Median

**Sumber : Data Olahan SPSS 23 tahun 2024**

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai signifikan (*Asymp.sig, (2-tailed)*) sebesar 0,108 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi tersebut memenuhi uji autokorelasi.

## Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda merupakan bagian dari analisis multivarian dengan tujuan untuk menduga besarnya koefisien regresi yang menunjukkan besarnya pengaruh beberapa variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*), dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

**Tabel 4. 11 Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.371	2.312		4.486	.000
	Harga Harbolnas (X1)	.162	.085	.169	1.910	.059
	Program Subsidi Ongkir (X2)	.375	.072	.462	5.219	.000

a. Dependent Variable: Minat Belanja (Y)

**Sumber :** Data dengan aplikasi SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 4.11 di atas menunjukkan nilai-nilai persamaan dari analisis linear berganda.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinan (Uji  $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variable independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen.



**Tabel 4.12 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.526 <sup>a</sup>	.277	.262	1.828

a. Predictors: (Constant), Program Subsidi Ongkir (X2), Harga Harbolnas (X1)

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* (*Adjusted  $R^2$* ) sebesar 0,262 atau 26% yang berarti bahwa kemampuan variabel Harga Harbolnas dan Harga Program Subsidi Ongkir dalam menjelaskan variabel Minat Belanja sebesar 26%. Sedangkan sisanya 74% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara Bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.



**Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123.915	2	61.958	18.547	.000 <sup>a</sup>
	Residual	324.045	97	3.341		
	Total	447.960	99			

a. Dependent Variable: Minat Belanja (Y)

b. Predictors: (Constant), Program Subsidi Ongkir (X2), Harga Harbolnas (X1)

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat dilihat nilai df pembilang = 2, df penyebut 97 dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ , sehingga diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,09. Dimana nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 18,547. Sehingga diperoleh hasil ( $F_{hitung} = 18,547 > (F_{tabel} = 3,09)$  dan (nilai signifikansi =  $0,000 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima, yang berarti Variabel Harga Harbolnas dan Harga Program Subsidi Ongkir secara simultan berpengaruh terhadap Minat Belanja Costomer di *E-Commerce* di Kelurahan Ladang Bambu Medan Tuntungan.

## Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (*t test*) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent. Uji parsial dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0.05.



**Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	10.371	2.312		4.486	.000
	Harga Harbolnas (X1)	.162	.085	.169	1.910	.059
	Program Subsidi Ongkir (X2)	.375	.072	.462	5.219	.000

a. Dependent Variable: Minat Belanja (Y)

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat dilihat nilai  $df$  adalah 97 ( $n-k-1$ ), dimana nilai  $n$  adalah jumlah data dan nilai  $k$  adalah jumlah variabel ( $100-2-1$ ), sehingga dapat diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,984.

## PEMBAHASAN

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan variabel Harga Harbolnas dan Harga Subsidi Ongkir Minat Belanja Konsumen di *E-commerce* di Kelurahan Ladang Bambu Medan Tuntungan”. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka hasilnya adalah, Harga Harbolnas dan Harga Program Subsidi Ongkir secara simultan berhubungan terhadap Minat Belanja konsumen di *E-commerce*. Hal itu dibuktikan dengan nilai diperoleh hasil ( $F_{hitung} = 18,547 > (F_{tabel} = 3,09)$ ). Sedangkan secara parsial adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga Harbolnas Terhadap Minat Belanja Konsumen di *E-commerce* di Kelurahan Ladang Bambu.

Pada penelitian ditemukan bahwa variabel Harga Harbolnas terhadap Minat Belanja Konsumen di *E-commerce* di Kelurahan Ladang Bambu tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Belanja Konsumen di *E-Commerce*. Hal tersebut tidak sesuai hipotesis awal dimana hasil penelitian menunjukkan ( $t_{hitung} = 1,910 < (t_{tabel} = 1,984)$  dan (nilai signifikansi  $0,059 > 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa Harga Harbolnas tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Belanja konsumen di *E-Commerce*. Hal ini bisa disebabkan karena harga harbolnas berlangsung hampir setiap bulan sehingga masyarakat menganggap bahwa moment harbolnas itu sudah biasa sehingga euforia untuk berbelanja sudah berkurang. Menurut penelitian yang dilakukan databoks pada tahun 2022 ada 9 jenis promosi favorit konsumen yang dianggap mempengaruhi minat berbelanja, sehingga harbolnas dianggap tidak terlalu menggiurkan lagi.

2. Pengaruh Harga Program Subsidi Ongkir Terhadap Minat Belanja Konsumen di *E-commerce* di Kelurahan Ladang Bambu.

Ongkos Kirim dalam setiap transaksi online merupakan faktor yang sangat diperhatikan. Walaupun harga murah tetapi apabila ongkos kirim barang mahal, konsumen bisa saja membatalkan niat untuk belanja. Harga Promo Ongkos kirim atau Subsidi Ongkos Kirim

merupakan salah satu teknik yang dilakukan oleh para penjual *online* untuk meningkatkan penjualan. Pada penelitian ini ditemukan bahwa variabel Harga Program Subsidi ongkir mempunyai pengaruh terhadap minat belanja di *E-commerce*. Hal ini terlihat dari analisis linear berganda Potongan Harga Subsidi Ongkir sebesar sebesar 0,375 menunjukkan bahwa setiap kenaikan Harga Program Subsidi Ongkir meningkat 1% maka akan diikuti oleh peningkatan Minat belanja Konsumen di *E-commerce* Kelurahan Ladang Bambu Medan Tuntungan sebanyak 37,5%. Berdasarkan hasil penelitian variabel Harga Program Subsidi Ongkir memiliki ( $t_{hitung} = 5.219$ ) > ( $t_{tabel} = 1,984$ ) dan (nilai signifikansi 0,000) < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Harga Program Subsidi Ongkir berpengaruh dan signifikan terhadap minat belanja konsumen di *E-commerce* di Kelurahan Ladang Bambu. Dengan demikian hipotesis awal yang dinyatakan dalam penelitian dapat diterima.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Harga Harbolnas ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel Minat Belanja di e-commerce (Y) di Kelurahan Ladang Bambu Medan Tuntungan.
2. Variabel Harga Program subsidi Ongkir ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Belanja di e-commerce (Y) di Kelurahan Ladang Bambu Medan Tuntungan.
3. Hasil Pengujian Simultan menunjukkan bahwa Variabel ( $X_1$ ) Harga Harbolnas dan Harga Program Subsidi Ongkir ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Minat Belanja Konsumen (Y) di *E-Commerce* di Kelurahan Ladang Bambu Medan Tuntungan.
4. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi 2 diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* (*Adjusted R<sup>2</sup>*) sebesar 0,262 atau 26% yang berarti bahwa kemampuan variabel Harga Harbolnas ( $X_1$ ) dan Harga Program Subsidi Ongkir ( $X_2$ ) dalam menjelaskan variabel Minat Belanja (Y) sebesar 26%. Sedangkan sisanya 74% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Wisnu Rayhan. 2020. Fenomena Narbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Melalui Harga Dan Produk, Kemudahan Dan Keamanan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating Di Komplek Johor Indah Permai II Medan.
- Arikunto, Suharsimi. 2019. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta Rineka Cipta.
- Astuti, Sita Dewi. 2022. Pengaruh diskon dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Shopee
- Badan Pusat Statistik. *Kota Medan Dalam Angka 2023*. Sumatera Utara: BPS Sumatera Utara
- Gadarsi, Juwita, 2021. Pengaruh Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Dan Voucher Gratis Ongkir Terhadap Tingkat Pembelian Di Online Market Place Shopee Kota Tangerang. *Ekonomi Bisnis Vol.27 No.2*.
- Ghozali, Imam. 2019. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Pustaka baru Pres.
- Husnadzihni, Rifat. 2023. *Analisis Sales Promotion Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) Terhadap Impulse Buying Dengan Hedonic Shopping Motivation Sebagai Variabel Mediasi*. (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Malang.
- Istiqomah, Mira. 2020. Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Manajemn Volume 12*
- Lestari, Lina Dwi. 2021. Pengaruh Penomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Pada E-commerce Shopee Melalui Diskon Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*.
- Mege, Stacia Reviany Dkk. 2021. *Sistem Logistik Bisnis E-commerce Di Era New Normal*. Surabaya CV.Jakad Media Publishing.
- Marlin, Khairun Dkk.2023. Pengaruh Layanan COD dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli konsumen Pada e-commerce Shopee. *Jurnal Mabis*.
- Ratnaningsih, Yunita Ramadhani. 2022. Pengaruh Fomo, Kesenangan Berbelanja Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Di E-commerce Shopee Pada Waktu Harbolnas. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis.Vol.11 No.3*.
- Sugiono.2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D: Bandung. Alfabeta.
- Yuniarti, Yenny. 2021. Faktor Yang Pengaruhi Impulse Buying Konsumen Saat Momen



---

Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*  
*Vol.10 No.01.*

<https://www.liputan6.com> Penertian E-commerce Menurut Para Ahli Dan Contohnya Di  
Indonesia. 10.Oktober 2023.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish> Promo Yang Menjadi Favorit Konsumen di  
E-commerce. 27 Januari 2024

<https://www.kompas.id> 1111 Berpotensi Tidak Memikat Lagi. 27 Januari 2024