

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era teknologi yang semakin meningkat, ada perkembangan teknologi yang sangat pesat. salah satunya perkembangan alat komunikasi yang sangat canggih yang dapat memudahkan aktivitas masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Informasi yg mengemuka di Indonesia bahkan global saat ini ialah belanja online. Belanja secara online kini banyak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat, terutama bagi mereka yang sibuk dan tidak sempat pergi keluar rumah untuk membeli secara langsung. Belanja online merupakan pilihan yang tepat dan bisa dilakukan kapan saja yaitu hanya dengan mengakses situs jual beli online kemudian mencari barang atau produk yang di inginkan serta memesan nya melalui jaringan internet.

Internet salah satu jaringan yang dapat memudahkan seseorang dalam melakukan komunikasi. Semakin canggih dan berkembangnya internet membuat semua orang melakukan transaksi banyaknya lewat online. sejak adanya jual beli online, konsumen lebih memilih belanja lewat smartphone ketimbang berbelanja secara langsung pada toko baik itu membeli pakaian, kecantikan, makanan dan minuman bahkan kebutuhan-kebutuhan lainnya. banyaknya kebutuhan membuat konsumen lebih memilih melakukan pembelian secara online dikarenakan pembelian secara online memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan lebih mudah mencari produk / barang yang di inginkannya. pada tahun 2019 banyak konsumen menggunakan online Shopee untuk transaksi belanja.

Online shopee merupakan perdagangan online shop yang menyajikan berbagai macam kebutuhan konsumen baik kebutuhan primer maupun sekunder (asal:<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee>).

salah satu E-Commerce yang sedang populer serta berkembang di semua kalangan yaitu Shopee. Shopee ialah platform belanja terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan. Diluncurkan tahun Desember 2015, shopee merupakan sebuah aplikasi belanja online yang digunakan, aman serta terpercaya bagi semua kalangan. Shopee juga adalah aplikasi berbasis online yang menyediakan aneka macam - macam produk mulai fashion sampai kebutuhan sehari-hari. Selain menyediakan produk, shopee juga menyediakan sistem gratis ongkir untuk pengiriman barang, bila barang yang diterima tidak sinkron maka bisa dikembalikan pada penjual yang bersangkutan. Keunggulan shopee dilengkapi chat langsung dengan penjual atau seller di shopee. Dibandingkan dengan belanja Marketplace lain, belanja pada shopee memang lebih mudah, terutama sebab shopee menyediakan fitur live chat dengan penjual serta shopee juga mempunyai keunggulan di promosinya yang dilakukan melalui sosial media maupun tayangan iklan di televisi. Shopee mengiklankan sesuatu yang tidak sama dengan menonjolkan keunikan yang ditayangkan yang dapat menarik konsumen dengan menggunakan promo-promonya. bagi konsumen review dari beberapa orang sangat berguna apalagi buat calon konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

Review tersebut bisa menghasilkan calon konsumen yakin terhadap hal-hal yang mereka tanyakan maupun yang mereka lihat tentang produk tersebut. media

sosial sangat berpengaruh cepat dalam mempengaruhi konsumen ( Kotler, 2003 ). kegiatan periklanan selalu dipergunakan oleh setiap perusahaan karena tingkat persaingan yg semakin ketat dan semakin tinggi antar perusahaan. serta internet yang saat ini sudah dikenal banyak orang dan mudah untuk digunakan, menjadikan internet sebagai alat untuk kegiatan periklanan, dimana iklan merupakan salah satu unsur dari bauran promosi. Untuk membeli suatu produk seseorang tidak perlu lagi mendatangi toko secara eksklusif hanya dengan memakai smartphone yang mereka miliki lalu mencari software belanja online yang mereka mau dan langsung membelinya. yang membuat konsumen tertarik dalam membeli dikarenakan produk yang mereka tampilkan pada deskripsi sangat bagus dan menarik untuk dibeli. Namun ketika barang yang dibelinya tidak sinkron dengan keterangan yang terdapat pada deskripsi hal ini membuat konsumen kecewa. Suatu barang dapat dikatakan berkualitas Jika barang tersebut sinkron dengan detail yang dicantumkan pada kolom penulisan deskripsi.

Selain itu harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. besar kecilnya harga akan mempengaruhi nilai kepuasan seseorang pada membeli barang / produk tersebut. seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal jika dia mendapatkan nilai kepuasannya besar terhadap produk / barang yang akan dibelinya. sebaliknya apabila seseorang menerima nilai kepuasannya rendah terhadap suatu produk yang akan dibelinya maka seseorang tersebut tidak akan lagi membeli produk / barang tadi. Harga artinya satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain yang membentuk biaya, Bila harga yang ditetapkan oleh perusahaan sempurna dan sesuai dengan

daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan dijatuhkan pada produk tadi, Swastha (2008:62). Suatu produk akan lebih mudah diterima konsumen ketika harga produk tersebut mampu dijangkau oleh konsumen. ditinjau dari faktor harga, berbagai toko-toko online menetapkan beberapa strateginya, mulai dari bonus yang dicantumkan pada produknya atau pada penayangan iklan, hal tadi dilakukan agar mampu menerima konsumen lebih banyak lagi.

Peneliti memilih variabel kualitas produk pada Shopee dikarenakan ditemukannya konflik bahwa ada beberapa toko yang menjual produknya pada marketplace shopee mempunyai kualitas produk yang kurang memuaskan atau tidak sinkron dengan apa yang dituliskan di deskripsi produk. Hal tersebut mampu diketahui dari penilaian pasca pembelian oleh konsumen sebagai akibatnya membuat beberapa calon konsumen Shopee harus memperhatikan penilaian (rating) dari produk yang dijual sebelum melakukan pembelian. Mengingat semakin meningkatnya konsumen yang berbelanja melalui online shop, maka kualitas produk yang diperjual belikan sangat penting untuk diperhatikan sebab konsumen tidak mampu melihat serta memegang secara langsung produk yang akan mereka beli nantinya agar konsumen tidak merasa kecewa lagi waktu produk telah diterima kembali. sehingga Perusahaan dapat menjadikan kualitas produk sebagai alat strategi akan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan akibat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh

(Saputra, Hidayat, & Sunarti, 2017) menggambarkan bahwa kualitas produk memiliki korelasi yang kuat menggunakan pengambilan keputusan pembelian, sehingga perusahaan dapat memunculkan kualitas produk yg baik maka konsumen akan cenderung melakukan pembelian terhadap produk tersebut. perseteruan yg ada pada marketplaces shopee tentang harga dimana harga merupakan nilai yg wajib dibayar. Untuk bisa menerima suatu produk ada kemungkinan bahwa konsumen disini mempunyai ketidaksesuaian sehabis melakukan pembelian karena mungkin harganya dianggap terlalu mahal atau karena tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan. Padahal konsumen mengharapkan harga toko online lebih rendah daripada toko offline (tradisional). Peneliti tertarik buat megambil variabel harga sebab harga yang ditawarkan oleh marketplace Shopee sangat bervariasi serta mampu bersaing dengan marketplace sejenis, sebab didalamnya ada barang yg diimpor tertentu dari luar negeri.

berdasarkan dari uraian diatas maka peneliti tertarik buat melakukan penelitian menggunakan judul, “ **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee pada Lokapasar**”.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada online shop ?
2. Apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada online shop ?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada online shop.
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada online shop.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Secara ringkas manfaat atau kegunaan penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pelaku konsumen dan pihak terkait dalam mengambil keputusan pembelian pada Toko Online Shopee.
2. penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pihak terkait didalamnya dan diharapkan dapat menambah wawasan secara umum khususnya tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Online Shopee.

#### **E. Definisi operasional**

##### 1. Harga

Menurut Fandy Tjiptono (2008:151) menyebutkan bahwa harga merupakan satu satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga yang dimaksud disini ialah harga dalam suatu produk atau barang di marketplace shopee.

##### 2. Kualitas produk

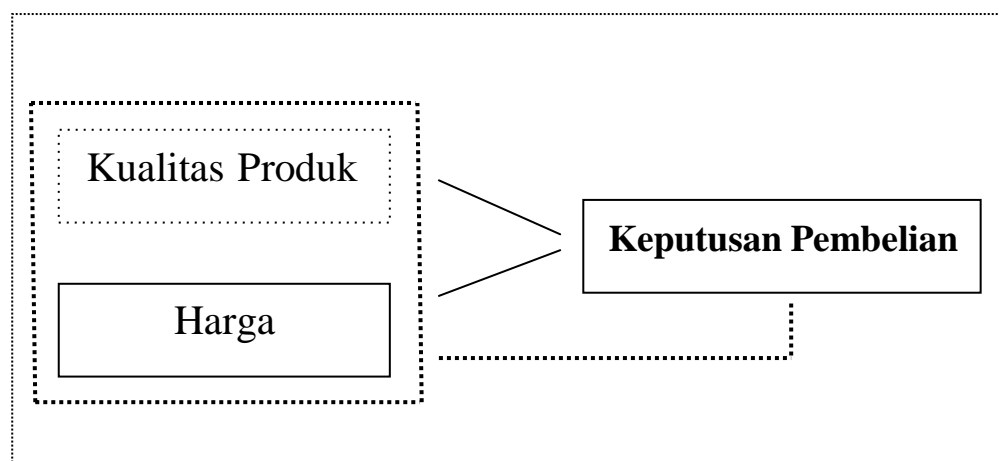
Menurut Assauri ( 2015 : 211 ), Kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan harus melakukan strategi

dalam hal pengukuran yaitu dengan cara membagi produk, misalnya mengelompokkan makanan dalam beberapa kategori, seperti kualitas rasa, kuantitas atau porsi, variasi menu atau variasi jenis makanan yang ditawarkan. Hal ini tidak bisa dipungkiri bahwa cita rasa yang khas, porsi yang sesuai dengan ekspektasi dan selera, serta banyaknya varian makanan yang ditawarkan akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian berulang dan mempertahankan kepuasan terhadap produk tersebut. ( Joko bagio sontoso : 2019, 128 )

### 3. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian ialah seleksi terhadap dua pilihan cara lain konsumen pada pembelian (Schiffman dan Kanuk, 2008 : 485). Keputusan yang dimaksud disini ialah keputusan dalam memasukkan barang kedalam keranjang ,keputusan dalam berbelanja dan lain sebagainya.

## F. Kerangka Pemikiran



Keterangan :

..... = secara Simultan

———— = secara Parsial

### **G. Hipotesis Penelitian**

#### 1. Secara parsial

##### a. Kualitas Produk

Ho : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee ?

Ha : terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee ?

##### b. Harga

Ho : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee ?

Ha : terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee ?

#### 2. Secara simultan

##### a. Keputusan Pembelian

Ho : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee ?

Ha : terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee ?

### **H. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu diperlukan oleh peneliti agar terhindar dari kesamaan objek penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu, peneliti melakukan



penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan wirausaha. Berikut beberapa penelitian yang terkait:

1. Gading Hidayat, 2018. Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2016-2018)

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang bertempat di Jl. MT. Haryono No.193 Kota Malang. Jenis data penelitian ini berupa data kuantitatif, yaitu datanya dapat diperoleh melalui wawancara, observasi, diskusi atau pengamatan (survei). Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (explanatory research), dan asal data yang dipergunakan dengan berbagi kuesioner bersekala likert pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. Perhitungan sampel di penelitian ini memakai rumus maholtra yang menghasilkan 110 responden. Berdasarkan uraian diatas yang mana variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap Keputusan Pembelian.

2. Sharen G. Tulanggow, dkk, 2019. Judul : Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado.

Penelitian ini dilakukan pada PT.Shopee International Indonesia di kota Manado, dimana konsumen Shopee di kota Manado juga sering berbelanja melalui aplikasi tersebut dengan melihat promo-promo yang ada pada PT. Shopee International

Indonesia. PT. Shopee International ini sering menawarkan harga sehingga dalam pembelian keputusan ada beberapa faktor yang mempengaruhi di dalamnya, di dalam penelitian ini penulis mengambil faktor promosi dan harga. Penelitian merupakan penelitian kuantitatif asosiatif dengan teknik pengumpulan data dengan observasi dan angket. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linier berganda, koefisien dari analisis penentuan. Dalam pengujian hipotesis menggunakan uji parsial dan uji simultan. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh promosi adalah 52,9% dan pengaruh harga sebesar 40,3%. dan pengaruh promosi dan harga secara simultan yaitu sebesar 56,6% sedangkan sisanya 43,4% dijelaskan oleh lainnya variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini yang meliputi produk, tempat, orang, proses, iklan, bukti fisik.

## **I. Sistematika Pembahasan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini beres latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian, yakni teori tentang Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Shopee.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini disajikan informasi secara deskriptif tentang bagaimana penelitian dilaksanakan, variabel penelitian dan metode analisis.

#### **BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang telah dilakukan berupa Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee.

#### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini mengungkapkan kesimpulan, dan saran atas dasar penelitian.