

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Seiring perkembangan zaman, di era digitalisasi pada saat ini perkembangan teknologi dan informasi membawa perubahan kehidupan manusia. Salah satu perubahan yang sangat pesat dan sangat melekat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yaitu kemajuan teknologi khususnya dibidang sosial media. Sehingga dapat menghasilkan suatu persaingan bisnis yang semakin ketat. Hal ini membuat para produsen untuk lebih berfikir kritis, kreatif dan inovatif terhadap perubahan yang telah terjadi, baik di bidang sosial, budaya, politik dan ekonomi. Menggunakan internet adalah sebagai global media saat ini yang telah mendapatkan daya tarik sebagai alat pemasaran yang paling mudah, cepat dan praktis. Internet sudah menjadi bagian kehidupan masyarakat indonesia karena memiliki berbagai manfaat seperti kegiatan belajar, bekerja, komunikasi hingga berbelanja. Mudah nya mengakses internet ini dapat mengubah gaya hidup masyarakat dalam hal berbelanja. Hal terpenting yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan agar berhasil dalam persaingan bisnis yaitu berupaya membangun strategi perusahaan guna mencapai tujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan konsumen. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka setiap perusahaan harus berusaha dalam memproduksi suatu barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin beragam. (Erlisa, 2020).

Berbelanja secara online pada saat ini sangatlah diminati oleh berbagai kalangan baik kalangan orangtua, anak-anak, apalagi di kalangan remaja. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk membeli produk barang atau jasa secara online disitus internet mulai dari harga produk yang murah, efisiensi waktu, keragaman jenis produk, kemudahan transaksi. Dengan adanya internet, pemasaran dapat melakukan penjualan barang dan jasa secara langsung atau biasa disebut *E-commerce*. *E-commerce* merupakan penjualan, pembelian barang atau jasa, produk yang ditawarkan dalam *E-commerce* mencakup semua barang dan jasa atau bisa dikatakan tidak terbatas, mulai dari barang elektronik, fashion, kecantikan, otomotif, alat fotografi, perlengkapan rumah, makanan dan minuman. *E-commerce* menjadi alternatif bisnis di era modern yang sejalan dengan kondisi pasar yang semakin dinamis dan persaingan yang semakin kompetitif, mengakibatkan perubahan pada minat beli konsumen. Maka dari itu, perusahaan pada saat ini berlomba-lomba menyediakan layanan online.

Di Indonesia banyak situs *E-commerce* untuk melakukan pembelian online, seperti Lazada, Tokopedia, Blibli.com, Tiktok shope, Aku laku, Instagram, Facebook dan shopee indonesia. Namun, pada penelitian ini lebih difokuskan pada situs Shopee, alesannya karena Shopee adalah salah satu dari 10 situs online di indonesia yang memiliki banyak populasi digital dan menjadi kontribusi terbesar dalam pertumbuhan rata-rata *Marketplace*.

Salah satu situs jual beli *online* yang sedang berkembang di Indonesia adalah Shopee. Shopee hadir di Indonesia pada bulan Mei 2015 dan beroperasi pada bulan Juni 2015. Shopee merupakan aplikasi berbentuk *mobile marketplace* pertama bagi konsumen ke konsumen yang aman, mudah dan praktis dalam jual beli. Shopee sebagai salah satu situs jual beli secara *online* yang telah melakukan perubahan untuk menarik minat pelanggan agar lebih banyak bertransaksi melalui situs tersebut. Shopee juga lebih fokus dalam bentuk aplikasi *mobilephone* yaitu untuk memudahkan pengguna dalam melakukan belanja *online* langsung di ponselnya tanpa harus melalui perangkat komputer. Shopee juga dilengkapi fitur *live chat*, berbagi (*social sharing*), dan hashtag untuk memudahkan komunikasi antara penjual dan pembeli serta memudahkan mencari produk yang diinginkan konsumen dengan proses pembayaran yang aman.

Dalam dunia bisnis, strategi promosi dilakukan Unilever untuk mengenalkan produknya di kalangan konsumen. Yang harus dilakukan yaitu dengan menggunakan berbagai platform untuk dapat menebus media yang beragam atau dengan kata lain periklanan produk diberbagai media. Dalam program promosi terutama periklanan selalu menghabiskan dana yang cukup besar. Namun hal tersebut tidak menjadi masalah bagi Unilever, karena untuk membangun merek atau brand supaya dapat dikenal orang hal tersebut harus dilakukan oleh pemasar agar dapat mempertahankan konsumen. Pada saat ini iklan semua produk Unilever

baik di media cetak maupun media elektronik sangat mudah untuk dicari. Sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa produk-produk Unilever mampu bertahan sebagai pemimpin pasar dalam jangka waktu yang lama.

Selain itu, banyak perusahaan baru yang menawarkan berbagai produk dengan menerapkan strategi pemasaran yang bermacam-macam supaya dapat menarik perhatian calon konsumen untuk menggunakan produknya, terutama pemasaran di dunia digital. Banyak perusahaan yang mempromosikan produk dan perusahaannya lewat berbagai media digital dengan konten yang bervariasi. Konten tersebut berisi berbagai kelebihan dari produk yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan menawarkan produk melalui berbagai media iklan, diharapkan perusahaan nantinya dapat memperoleh keuntungan dari apa yang telah dilakukan sebelumnya dalam upaya mempromosikan produknya.

Selain promosi faktor yang pertamakali akan dipertimbangkan yaitu harga, Harga dapat memutuskan suatu pembelian, apalagi produk yang dicari banyak ada dipasaran dengan harga berbeda yang ditawarkan dipasara, jadi tidak menutup kemungkinan bahwa pelanggan akan selektif dalam memilih barang yang mereka butuhkan, semakin banyak barang yang ada dipasaran maka persaingan harga terhadap barang tersebut juga semakin bervariasi. Konsumen akan jeli dalam hal memilih barang yang mereka butuhkan dengan mempertimbangkan beberapa aspek salah satunya yaitu harga, konsumen akan membeli barang yang mereka butuhkan

dengan harga yang relatif murah tetapi juga dengan mempertimbangkan kualitas produk yang bagus.

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas yang telah ditentukan. Dalam perusahaan barang kualitas produk harus selalu diperhatikan, selain faktor harga yang membuat konsumen ingin membeli suatu produk atau barang faktor yang lain adalah kualitas produk perusahaan. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan. Konsumen tidak akan mau menerima barang yang tidak sesuai dengan standar yang berlaku, maka peran perusahaan adalah bagaimana menjaga kualitas produk agar tetap sama dengan standar yang sudah berlaku.

Keputusan pembelian memiliki keterkaitan yang diinginkan oleh konsumen. Cara untuk mengetahui keputusan pembelian pada konsumen, penulis memerlukan pemahaman yang cukup besar terhadap produk tertentu. Dalam keputusan pembelian terkadang konsumen dipengaruhi dengan beberapa faktor yaitu harga, kualitas, kesesuaian produk. Dengan berbelanja secara online konsumen dipermudah dengan cara membandingkan harga di toko-toko lain dan memilih barang yang lebih murah dengan kualitas yang lebih baik. Sebelum memutuskan pembelian konsumen mencari produk atau kebutuhan yang mereka inginkan setelah

itu konsumen mencari informasi terhadap produk tersebut dan melihat komentar atau reteng yang diberikan pelanggan sebelumnya.

Oleh karena itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa membantu atau memberikan manfaat kepada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Untuk bisa memahami dan bisa menjadi salah satu konsumen yang cerdas dalam memilih atau menentukan suatu produk melalui promosi shopee sehingga Mahasiswa Manajemen 2018 tidak mudah tertipu dengan adanya promosi shopee. (Zakiyyah, 2018).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis akan menentukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manejemen Angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung)”**.

## **B. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, inti permasalahannya yaitu, pengaruhnya promosi akibat harga dan kualitas produk yang lebih murah ditambah adanya promo gratis ongkir membuat konsumen lebih tertarik akan berbelanja, dibandingkan dengan membeli offline dizaman yang serba teknologi dan mudah, orang-orang semakin mudah dalam bertransaksi tanpa harus tatap muka, tinggal menunggu dirumah barang yang kita pesan sampai dan aman.

- a. E-commerce Shopee mengalami pertumbuhan pesat dari tahun ke tahun
- b. Berbelanja online di Shopee pada saat ini sangatlah diminati oleh berbagai kalangan.
- c. Promosi, harga dan kualitas produk dapat menarik konsumen untuk memberikan keputusan pembelian pada suatu barang atau jasa.

## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang tersebut, maka rumusan masalah yang diajukan sebagai berikut :

- a. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada shopee Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Shopee Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung?
- c. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Shopee Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung?
- d. Apakah promosi, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Shopee Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Unniversitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah diuraikan diatas, adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada shopee Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Islam Negri Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada shopee Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Islam Negri Sunan Gunung Djati Bandung.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada shopee Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Islam Negri Sunan Gunung Djati Bandung.
4. Untuk mengetahui promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Shopee Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Islam Negri Sunan Gunung Djati Bandung.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi perusahaan, yaitu bisa lebih memahami keinginan atau kebutuhan konsumen dalam berbelanja agar lebih meningkat pelayanan dan memperkuat strategi untuk bisa bertahan dari para pesaing perusahaan lainnya.
2. Manfaat bagi mahasiswa, dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi peneliti dibidang manajemen pemasaran dan bisa digunakan sebagai bahan referensi.

3. Manfaat bagi peneliti, peneliti ini diharapkan menambah wawasan bagi peneliti dan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti dengan topik maupun objek yang sama.

