

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
بِكُمْ رَحِيمًا

Surat An-nisa ayat 29

Artinya: “wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.

Perkembangan zaman yang diiringi dengan perkembangan teknologi membuat kebutuhan hidup menjadi lebih sederhana dan instan. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya perkembangan informasi, telah membawa perubahan yang sangat drastis terhadap cara hidup masyarakat. Teknologi informasi memudahkan berbagai aktivitas masyarakat seperti transaksi keuangan, pembayaran dan pembelian (Wibisono, 2019). Shopee merupakan salah satu aplikasi mobile e-commerce yang paling berkembang di Indonesia saat ini.

Shopee didirikan oleh Forrest Lee pada tahun 2009 dan pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng. Chris Fehn adalah mantan aktivis Rocket Internet yang pernah memimpin Zalora dan Lazada. Sejak 2015, Shopee telah berkembang mencakup Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia,

Vietnam, dan Filipina. Pada tahun 2018, Shopee menyelesaikan 1,5 juta transaksi dalam 24 jam, membuat rekor baru di pasar e-commerce Indonesia. Kemudahan yang ditawarkan aplikasi Shopee diharapkan dapat mendorong peningkatan belanja konsumen secara keseluruhan. Peneliti memilih variabel kualitas produk di Aplikasi Shopee karena terdapat tanda-tanda kualitas produk dari beberapa toko yang menjual produknya di pasar Shopee kurang memuaskan atau tidak sesuai dengan isi di deskripsi produk. Hal ini terlihat dari evaluasi pasca pembelian konsumen, beberapa calon konsumen Shopee harus memperhatikan rating dari produk yang mereka jual sebelum membeli. Mengingat semakin banyaknya konsumen yang berbelanja secara online maka konsumen tidak akan dapat langsung melihat atau memegang produk yang ingin dibelinya, dan nantinya konsumen tidak akan kecewa dengan produk tersebut. dari barang yang diperdagangkan yang akan konsumen terima. Sebelum membeli produk di aplikasi Shopee.

Selain kualitas produk, harga merupakan faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian online konsumen. Harga yang ditawarkan penjual di Shopee bergantung pada kualitas. Penjual biasanya memiliki pelanggan sendiri, kadang disebut pelanggan, untuk produk yang sama, sehingga beberapa penjual berani menawarkan harga yang lebih rendah dari yang lain. Keterjangkauan dan kesesuaian harga produk memungkinkan konsumen untuk memutuskan apakah akan membeli secara online (Lesmana & Putri, 2017). Dalam transaksi online, harga yang ditawarkan biasanya tidak jauh berbeda dengan yang ada di toko atau supermarket. Namun, ada juga yang memasang harga di bawahnya, dan ketika pembelian mencapai jumlah tertentu, ada potongan harga. Mengingat daya beli mahasiswa tergantung dari seberapa banyak uang saku yang dimiliki. Oleh karena itu, siswa biasanya yang paling sadar harga karena dari

sudut pandang siswa, mereka cenderung memilih produk dengan harga yang lebih rendah dengan kualitas yang sama. Dengan cara ini, ketika siswa melihat harga yang berbeda untuk barang dengan kualitas yang sama, mereka pada akhirnya akan tertarik untuk membeli secara online.

Dengan kata lain jangkauan antara penjual dan pembeli pun sangatlah terbatas, namun seiring dengan kemajuan teknologi khususnya di bidang internet semua keterbatasan jarak, waktu, dan biaya dapat langsung teratasi dengan sangat mudah, salah satu jenis implementasi perkembangan teknologi internet dalam hal meningkatkan bisnis yaitu menggunakan media sosial. Potensi internet akhir-akhir ini sedang ramai dibicarakan, terutama bagi para pengusaha dalam melakukan pemasaran barangnya agar barangnya mudah di jual ke masyarakat, oleh karena itu masyarakat sekarang ini mulai mengikuti gaya hidup yang modern mulai dari jenis kebutuhan sehari-hari sampai kebutuhan fashion agar terlihat menarik dan modis. Dengan hadirnya internet, perusahaan atau pebisnis dapat menjalankan bisnisnya dengan lebih cepat, mudah, efisien dengan membuat online shop maka pemasaran dan komunikasi akan lebih cepat dan mudah walaupun berada di lokasi yang berbeda. Saat ini masyarakat Indonesia mulai beralih ke pasar maya dan telah terbiasa dengan transaksi jual beli melalui internet.

Kepopuleran smartphone dengan fasilitas internet, menawarkan kemampuan media sosial online berarti semakin banyak masyarakat kelas menengah yang sadar dan teredukasi tentang bertransaksi melalui internet, sehingga ada juga peluang bagus bagi perusahaan e-commerce untuk berkembang pesat di Indonesia, seperti dibuktikan dengan banyaknya inisiatif bisnis online seperti OLX., Berniaga.com, Zalora, Elevenia,

Tokopedia, Bukalapak.com, Blibli.com, Blanja.com, Lazada, dan baru-baru ini yang pertama membuat strategi pengiriman gratis ke seluruh Indonesia. toko online batch adalah Shopee. Shopee adalah aplikasi untuk jual beli yang mudah dan cepat di ponsel Anda. Shopee menawarkan segalanya mulai dari fashion item hingga item sehari-hari. Shopee hadir sebagai aplikasi mobile yang memudahkan pengguna berbelanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer.

Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Salah satu faktor yang menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu kualitas barang. Perusahaan harus mempertimbangkan kualitas barang yang dihasilkan karena dengan meningkatkan kualitas maka reputasi perusahaan akan meningkat sehingga perusahaan akan mendapatkan predikat yang baik dimata pelanggan, bahkan tidak menutup kemungkinan bahwa produk dapat berekspansi di pasar global. Kualitas barang yang ditawarkan oleh toko online biasanya digambarkan melalui sebuah katalog, deskripsi gambar pada katalog biasanya menjelaskan tentang bahan yang digunakan dan di cantumkan di bawah gambar tersebut, banyak juga gambar yang yang di katalog tidak sesuai dengan barang yang diterima oleh pembeli, banyak yang mengeluh karena barang yang di pesan tidak sesuai dengan permintaan oleh karena itu ada sebagian banyak juga orang mau berbelanja ke toko langsung karena ingin melihat produknya secara langsung.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan variabel kualitas komoditas sebagai salah satu variabel bebas untuk menentukan keputusan pembelian. Peneliti memilih variabel kualitas barang di aplikasi Shopee karena

menemukan tanda-tanda beberapa toko menjual produknya di aplikasi Shopee dengan barang yang kualitasnya kurang memuaskan atau tidak sesuai dengan yang ada di deskripsi produk. Hal ini terlihat dari evaluasi konsumen setelah melakukan pembelian, yang membuat sebagian calon konsumen Shopee harus memperhatikan rating dari produk yang dijual sebelum membeli. Mengingat semakin banyaknya konsumen yang berbelanja melalui toko online, maka kualitas barang yang diperjualbelikan menjadi sangat penting, karena konsumen tidak dapat secara langsung melihat dan menahan produk yang ingin dibelinya, sehingga konsumen tidak akan dapat membeli produk di kemudian hari merasa kecewa diterima.

Mengingat di era digital seperti sekarang ini sudah banyak ditemui konsumen yang melakukan pembelian secara online, khususnya melalui aplikasi Shopee. Selain menghemat waktu, konsumen dapat membuat pembeliannya terasa aman dengan berbagai fitur, seperti dapat menarik uangnya jika penjual tidak mengirimkan barang berbayar, dan dapat memantau barang yang dibeli melalui. Sebuah fitur yang tersedia bagi penjual ketika mereka mengirim dan memasukkan nomor resi bagi konsumen untuk memperkirakan paket yang akan diterima. Selain beberapa keuntungan tersebut, tidak sedikit konsumen yang merasa dirugikan saat berbelanja melalui aplikasi Shopee karena cara mendapatkan promosi yang agak sulit saat ingin berbelanja membuat calon konsumen malas. Ketika proses transaksi selesai, pembayaran dana ke rekening terkait juga memakan waktu lama, sehingga menyulitkan beberapa pihak untuk menggunakan uang kembali.

Tidak dapat disangkal bahwa pertumbuhan positif e-commerce di Indonesia telah mengubah cara orang berbelanja, semakin beralih ke belanja elektronik atau online. Sepanjang tahun 2017, beberapa toko ritel di Indonesia tutup. Bahkan Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) memprediksi lebih dari 50 toko ritel akan tutup dan mencoba mengubah model bisnisnya agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Peningkatan volume transaksi e-commerce juga menunjukkan perubahan pola perilaku belanja ini. Laporan tahunan yang dirilis oleh *We Are Social* menunjukkan bahwa pada tahun 2017, proporsi masyarakat Indonesia yang membeli barang dan jasa secara online dalam satu tahun mencapai 41% dari total populasi, meningkat 15% dibandingkan hanya 26% pada tahun 2016. Dalam transaksi online, harga yang ditawarkan biasanya tidak jauh berbeda dengan yang ada di toko atau supermarket.

Namun, ada juga orang yang mematok harga di bawahnya, selain memberikan potongan harga jika membeli dalam jumlah tertentu. Mengingat bahwa daya beli mahasiswa sangat bergantung pada jumlah uang saku yang dimiliki. Oleh karena itu, siswa biasanya paling sadar akan harga, karena dari sudut pandang siswa, mereka akan cenderung memilih barang dengan kualitas yang sama dengan harga yang lebih rendah. Jadi ketika siswa melihat perbedaan harga untuk barang dengan kualitas yang sama, mereka akhirnya tertarik untuk berbelanja online.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh signifikan positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee?
2. Apakah pengaruh signifikan positif Harga terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee ?
3. Apakah kualitas produk dan harga secara bersama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji:

1. Mengetahui pengaruh signifikan positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee
2. Mengetahui pengaruh signifikan positif harga terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee.
3. Mengetahui pengaruh signifikan kualitas produk dan harga secara bersama terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee

#### D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Teoritis

Dengan dibuatnya karya tulis ini, diharapkan dapat bermanfaat untuk pembaca dan peneliti selanjutnya sebagai bahan rujukan penulisan dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran jasa.

##### 2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan di dunia nyata sebagai acuan untuk merumuskan kebijakan yang relevan kualitas produk, hargaPT Shopee International Indonesia, berharap untuk membawa perusahaan dan pihak Fokus pada arah yang lebih baik