

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi pada saat ini semakin menunjukkan peningkatan yang sangat pesat. Sehingga hal ini membuat persaingan di dunia industri semakin ketat. Berbagai macam peningkatan di bidang teknologi semakin memperlihatkan kemajuan yang sangat cepat dimana semua kegiatan sehari – hari dapat dilakukan dengan mudah dan cepat hanya dengan mengakses internet.

Perkembangan penggunaan internet terus terjadi hingga saat ini, bahkan digunakan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan, salah satunya adalah melakukan jual beli barang maupun jasa secara online. *E- commerce* atau bisa juga disebut perdagangan elektronik adalah segala transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet tanpa harus bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli.

Saat ini *trend* berbelanja online tengah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat di era globalisasi. Berbagai macam barang bisa didapatkan secara mudah hanya dengan memanfaatkan media internet. Dengan adanya perdagangan online akan lebih memudahkan konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian. Konsumen tidak perlu datang langsung ke toko, tetapi mereka

hanya perlu mengunjungi situs yang dituju dan memilih barang/jasa yang mereka butuhkan.

Dari beberapa situs toko *online*, shopee dikenal dengan lengkapnya barang yang ingin dibeli mulai dari pakaian, produk kecantikan, *accessories*, *handphone/laptop*, perlengkapan rumah, kesehatan, otomotif, fotografi, olahraga, makanan dan lain sebagainya. Shopee menyediakan berbagai macam informasi produk yang dipasarkan melalui transaksi via *online* yang bisa diakses dengan mudah hanya melalui *smartphone*.

Shopee selalu memberikan layanan terbaik kepada konsumen dengan berbagai penawaran menarik, seperti harga promo, *cashback & voucher*, diskon setiap bulan pada tanggal tertentu, pembayaran yang beragam sehingga memberikan kemudahan bertransaksi, program gratis ongkir dengan syarat & ketentuan yang berlaku, shopeepay later, layanan *Cash On Delivery (COD)*, dan *flash sale*. Kelebihan yang di tawarkan oleh Shopee membuat konsumen lebih mudah dalam melakukan proses pembelian barang yang diperlukannya. Konsumen lebih menyukai melakukan pembelian secara *online* karena bisa menghemat waktu tanpa harus keluar rumah untuk membeli barang yang diinginkan.

Shopee terdaftar dengan nama perseroan Shopee International Indonesia dengan nomor SP Anggaran AHU-AH.01.03-0494733 dengan Jenis perseroan PMA (Penanaman

Modal Asing) dengan NPWP Perseroan 736666900031000 dan Shopee di daftarkan dengan akta terbaru dengan akta No. 264 tanggal 29 Desember 2021 dari notaris JOSE DIMA SATRIA, SH., M.KN.

Sebelum memutuskan untuk membeli ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan diantaranya adalah harga dan kualitas pelayanan.

Menurut Deliyanti Oentoro dikutip oleh Sudaryono (2016:216) “Harga (price) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.”

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut ntuk memenuhi keinginan pelanggan.”

Menurut Kotler & Amstrong (2016:177) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai berikut: *Consumer behavior is the study of how individual, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants.* Yang artinya keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku kosumen, perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi

memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Peneliti tertarik mengambil variabel harga sebagai variabel bebas yang pertama karena harga yang ditawarkan oleh *marketplace* Shopee sangat bervariasi dan mampu bersaing dengan *marketplace* sejenis, karena didalamnya terdapat barang yang diimpor langsung dari luar negeri sehingga terbentuk harga yang jauh lebih murah dari harga pasaran. Selain itu, untuk produk tertentu yang mempunyai harga jual ratusan ribu hingga puluhan juta rupiah, terdapat program cicilan melalui berbagai pihak yang telah mempunyai kerjasama dengan *marketplace* Shopee.

Kemudian peneliti tertarik mengambil variabel kualitas pelayanan pada *marketplace* Shopee dikarenakan ditemukannya indikasi bahwa beberapa toko yang menjual produknya di *marketplace* Shopee mempunyai kualitas produk yang kurang memuaskan atau tidak sesuai dengan apa yang dituliskan pada deskripsi produk. Hal tersebut dapat diketahui dari penilaian pasca pembelian oleh konsumen sehingga beberapa calon konsumen Shopee harus memperhatikan penilaian (*rating*) dari produk yang akan dibeli terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian.

Mengingat semakin meningkatnya konsumen yang berbelanja melalui *online shop*, maka kualitas produk yang diperjual belikan

sangat penting untuk diperhatikan karena konsumen tidak dapat melihat dan memegang secara langsung produk yang akan mereka beli, sehingga nantinya konsumen tidak merasa kecewa saat produk sudah diterima.

Banyaknya pengguna Shopee, tidak lepas dari kemudahan yang ditawarkan oleh Shopee. Beberapa keunggulan yang ditawarkan antara lain adalah barang lebih cepat sampai, Shopee menawarkan banyak promo serta diskon yang pastinya digemari para pembeli, memiliki fitur terdekat yang memungkinkan pembeli mencari penjual terdekat dari posisi calon pembeli berada, adanya fitur beriklan bagi para penjual yang ingin produknya berada di urutan atas, ada pula fitur *live chat* yang memungkinkan penjual dan pembeli berinteraksi mengenai produk yang dijual, adanya fasilitas gratis ongkir dengan ketentuan yang berlaku.

Selain memiliki kelebihan, Shopee juga memiliki kelemahan seperti, respon penjual yang terkadang cukup lama dan pengiriman barang yang cukup lama, dan ada beberapa penjual yang tidak jujur sehingga merugikan para pembeli.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik membahas masalah dalam penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee.”**

B. Batasan Masalah

Untuk lebih ter-arahnya pembahasan ini, penulis akan membatasi ruang lingkup pembahasan pada penelitian ini:

1. Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee yang beralamat di Pacific Century Place, Lantai 26, SCBD Lot 10, Jalan Jenderal Sudirman Kaveling 52-53, Senayan, Jakarta Selatan.
2. Responden yang akan diteliti adalah Mahasiswa STIE Putra Perdana Indonesia Citra Raya Jurusan Manajemen Angkatan 2018.
3. Penelitian dilaksanakan pada bulan November 2021 – Januari 2022.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee?
3. Apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi yang akan dilakukan peneliti dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini terdiri dari landasan teori yang menguraikan teori – teori yang digunakan sebagai tinjauan/landasan dalam menganalisis batasan masalah

yang telah dikemukakan kemudian kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan sejarah singkat objek penelitian, data yang diperlukan, analisis data, pembahasan serta hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab terakhir ini memuat tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran. Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka dan lampiran.