

BAB I PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang Masalah

Pengembangan bisnis di masa inovasi dan data seperti sekarang ini semakin berjalan dengan pesat, Akibatnya, persaingan bisnis menjadi semakin parah. Inilah yang membedakan pelaku usaha harus berpikir kritis, imajinatif, serta berinovatif tentang perubahan yang akan dihadapi. Juga terus maju dalam bidang, sosial, sosial, dan keuangan. Hal penting tentang perubahan ini adalah bahwa itu harus dilakukan oleh ahli keuangan sendiri untuk menemukan kesuksesan nyata di sini kontes, pengusaha bisnis harus berusaha untuk membangun strategi bisnis mereka untuk mencapai tujuan, meningkatkan dan mempertahankan pembeli. Untuk mencapai tujuan ini. Pelaku usaha harus berusaha untuk menghasilkan suatu barang ataupun jasa sehingga dapat memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan seorang konsumen.

Semakin banyak layanan e-commerce muncul, maka dengan cepat menjadi populer. Dengan pangsa pasar yang besar, banyak dari penyedia layanan e-commerce ini berlomba-lomba untuk menjadi terdepan. Sehingga Persaingan antar penyedia layanan e-commerce secara tidak langsung semakin ketat. (Felita, 2019). Kegiatan bisnis yang menggunakan teknologi ini disebut *e-commerce*. *e-commerce* adalah suatu penemuan yang sudah lama dengan sebagai pertukaran yang dipandang lebih produktif daripada pertukaran umum. Yang mana standarnya transaksi sebelum mengenal *e-commerce*, biasanya dengan sistem pembayaran tradisional, biasa kita kenal adalah transaksi dimana penjual dan pembeli bertemu secara langsung atau tatap muka, tetapi semenjak adanya *e-commerce* kini pelaku usaha dapat berdagang dengan jarak jauh, yaitu hanya dengan cara hanya menggunakan smartphone, yang di mana customer tidak perlu lagi melakukan pertemuan dengan penjual.

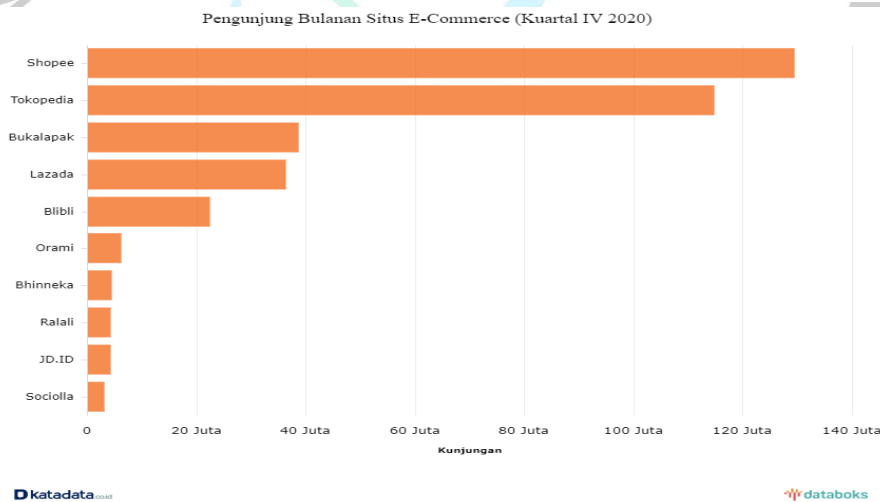
Pertumbuhan penggunaan internet terus berlanjut, bahkan selama ini digunakan oleh masyarakat dalam memenuhi suatu kebutuhan, salah satunya adalah menjual atau membeli barang dagangan di web.

Bisnis berbasis web atau bisa juga disebut perdagangan melalui perangkat keras, dengan memanfaatkan organisasi web, dalam melakukan suatu proses jual beli. Tampilan lain untuk Bisnis berbasis web itu sendiri adalah memanfaatkan organisasi web dan PC atau perangkat melalui browser internet untuk melakukan pembelian atau penjualan suatu produk (Fitri Margaretha, 2017).

Saat ini, *marketplace* menjadi tujuan belanja online paling populer bagi orang-orang yang ingin membeli sesuatu produk namun malas untuk berpergian keluar rumah. Sebelum melakukan pembelian pelanggan biasanya memeriksa kualitas produk, harga, dan promosi di beberapa toko online, sebelum membuat keputusan pembelian barang. Salah satunya yaitu *marketplace* Shopee, yang dimana *marketplace* Shopee ini adalah situs yang mengizinkan klien untuk membeli dan menjual barang secara online, termasuk pakaian, peralatan rumah tangga, elektronik, dan barang lainnya, yang tentunya dengan harga yang cukup murah, proses transaksi dari *marketplace* Shopee ini juga cukup mudah dan pengiriman yang sesuai jadwal. Shopee telah menjadi *marketplace* dengan memiliki pengunjung paling terbanyak pertama ditahun 2020, yang dapat di dukung data ini:

Tabel 1.1

10 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Tabel di atas ini memberitahu, ada sepuluh marketplace yang paling banyak pengunjungnya, jumlah pengunjung paling terbesar yaitu *marketplace* Shopee, yang dimana *marketplace* Shopee ini masih berada di posisi terdepan, dengan

jumlah pengunjung situs terbesar di Indonesia pada kuartal terakhir tahun 2020. Kunjungan rutin bulanan ke Shopee pada kuartal terakhir IV.

Menjelang akhir tahun lalu, sebanyak 129,3 juta. Selain itu *marketplace* Shopee meskipun masih pemula, dapat bersaing dan berkembang di pasar melawan pesaing yang lebih dahulu. Alhasil *marketplace* Shopee menjadi *marketplace* yang terus disukai pelanggan, sehingga *marketplace* Shopee masuk kategori pengunjung terbanyak, dan banyak klien yang bermaksud melakukan pembelian ulang.

Di Asia Tenggara dan Taiwan, Shopee adalah halaman situs web bisnis online utama. Shopee dimulai di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu meluas ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Shopee penting bagi Sea Group, salah satu kumpulan web utama di Asia Tenggara, sukses di pasar ASEAN, khususnya di Indonesia. Kehadiran toko online ini tidak diragukan lagi karena nyaman bagi masyarakat dan kalangan mahasiswa di Indonesia. Karena pelanggan dapat membeli barang apa saja hanya dengan bertransaksi melalui online, dari pada berburu barang yang diinginkan, mereka dapat menghemat waktu. Apalagi mayoritas penggunaannya mahasiswa yang sudah memiliki smartphone canggih, dapat kita lihat dari banyaknya mahasiswa yang sudah menggunakan smartphone, penggunaan smartphone tersebut salah satunya yaitu dilakukan untuk berbelanja online.

Bahwa kualitas suatu produk didefinisikan sebagai jumlah fitur dan kualitasnya tergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang disampaikan atau diusulkan (Keller, 2016). Jadi, sifat dari suatu item adalah salah satu elemen yang paling menarik bagi mahasiswa yaitu ketika membuat keputusan pembelian. Dimana penjual harus mempertimbangkan sifat dari barang yang dibuat, karena dengan meningkatkan kualitas akan membangun reputasi penjualan, memungkinkan penjual untuk mendapatkan reputasi yang baik di mata pelanggan, dan bahkan produk tersebut dapat berkembang di dunia global hingga ke pasar internasional.

Kualitas barang yang di tawarkan oleh penjual di *marketplace* Shopee banyak gambar dalam daftar tidak cocok dengan produk yang didapat pelanggan atau mahasiswa, sehingga banyak pelanggan atau mahasiswa yang merengek karena

barang yang diminta tidak sesuai dengan permintaan, sehingga sebagian besar pelanggan dan mahasiswa ingin berbelanja langsung di toko, karena Anda perlu melihat item secara lugas dan jelas, jadi Anda tidak ada lagi ke tidak sesuaian produk yang dibeli.

Menurut (Musfar, 2020) biaya adalah berapa banyak uang tunai yang dihabiskan pembeli untuk menemukan sesuatu. Karena biaya adalah penentu utama dalam perpaduan tampilan yang menciptakan pendapatan, sementara perspektif yang berbeda yang menghasilkan biaya, maka hal itu penting. Dengan begitu jumlah harga di dalam *marketplace* Shopee sangat penting untuk memutuskan penilaian kualitas barang yang akan dibeli oleh setiap siswa. Biasanya siswa perlu membeli barang bagus dan jelas dengan biaya yang layak murah wajar saat membuat keputusan pembelian, biasanya ada beberapa pilihan untuk dipertimbangkan. Konsumen akan memeriksa banyak faktor dari suatu produk sebelum memutuskan untuk membelinya, seperti apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Maka dari itu mahasiswa harus pintar-pintar memilih dan membeli suatu produk dengan memiliki barang berkualitas yang layak dan jelas dengan biaya yang layak sepadan dengan kualitas produk yang dipilihnya.

Menurut (Kotler, 2018) pemasaran merupakan langkah dalam pengembangan nilai perusahaan bagi pelanggan dan pengembangan hubungan dekat dengan pelanggan yang bermanfaat dalam menentukan nilai pelanggan sebagai imbalannya. Shopee adalah salah satu pasar paling populer di Indonesia, dengan insentif bulanan terbanyak, menarik banyak calon pelanggan untuk menggunakan dan berbelanja.

Marketplace Shopee punya sesuatu yang menarik untuk ditawarkan. Seperti yang diketahui, marketplace Shopee tidak henti-hentinya menjalankan kemajuan untuk memberikan akomodasi dan hiburan kepada kliennya, misalnya, klaim koin Shopee sehari-hari. Selanjutnya, kemajuan penawaran Shopee dapat memengaruhi pilihan pembelian pembeli, terlepas dari pusat komersial Shopee juga selalu memberikan voucher gratis ongkir kepada konsumennya setiap pembelian produk minimal 0 rupiah. Dengan begitu banyak mahasiswa yang tertarik untuk belanja di *marketplace* shopee untuk mengumpulkan koin shopee untuk di belanjakan

kembali, selain itu kebanyakan mahasiswa berbelanja di *marketplace* shopee agar bisa mendapatkan gratis ongkir.

Menurut (Musfar, 2016) Kemajuan adalah bagian promosi yang penting, karena dapat meningkatkan perhatian dan kesepakatan merek. Media promosidapat melayani berbagai fungsi, termasuk menyampaikan informasi yang akurat tentang barang atau jasa yang ditawarkan, meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan, menarik klien baru dan bahkan mempertahankan yang sudah ada, meningkatkan gambar item, dan mengikuti penyesuaian penawaran. Jadi cenderung beralasan bahwa ide kemajuan itu sendiri adalah sebuah karya yang dibuat untuk meyakinkan dan mempengaruhi seseorang untuk mempengaruhi navigasi. Pasar Shopee berani dalam mengambil keputusan dalam mempromosikan melalui iklan, salah satunya yaitu *marketplace* Shopee berani memakai artis-artis terkenal luar dan dalam negeri seperti, *blackpink, jackie chan, gfriend, amanda manopo, joe taslim, via vallen, tukul arwarna, dan artis lainnya*. Dengan begitu *marketplace* Shopee berhasil menarik para konsumennya untuk berbelanja di *marketplace* Shopee, sehingga dalam kurun waktu 24 jam, *marketplace* Shopee mencatatkan penjualan tertinggi sebanyak 5,8 juta transaksi.

Menurut (Firmansyah, 2019) keputusan pembelian merupakan tahap dimana pelanggan memutuskan produk atau layanan mana yang ingin mereka beli, yang biasa dikenal sebagai keputusan pembelian. Konsumen biasanya melalui beberapa langkah sebelum membuat pilihan pembelian, termasuk memahami masalah, mencari data, menilai pilihan, mengejar pilihan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Pengetahuan produk yang cukup, serta tiga komponen yang mempengaruhi bagaimana konsumen membuat pilihan pembelian, khususnya: sifat suatu barang, biaya, dan kemajuan

Berdasarkan Efek samping dari penemuan penelitian ini mengungkapkan bahwa Dalam peneliitian ini pemeriksa ***“Pengaruh Kualitas Suatu Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dikalangan Mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya”***,

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan landasan yang dikemukakan, maka rencana permasalahan yang akan dipusatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah sifat suatu barang mempengaruhi pilihan pembelian pada *marketplace* shopee?
2. Biaya mempengaruhi pilihan pembelian pada *marketplace* shopee?
3. Apakah kemajuan mempengaruhi pilihan pembelian pada *marketplace* shopee?
4. Apakah sifat suatu barang, biaya, dan kemajuan mempengaruhi pilihan pembelian pada *marketplace* shopee?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengingat rencana masalah di atas, maka alasan pemeriksaan ini adalah :

1. Untuk memutuskan dampak sifat suatu barang terhadap pilihan pembelian pada *marketplace* shopee.
2. Untuk memutuskan dampak biaya pada pilihan pembelian pada *marketplace* shopee.
3. Untuk memutuskan dampak kemajuan pada pilihan pembelian pada *marketplace* shopee.
4. Untuk memutuskan dampak kualitas barang, biaya, dan kemajuan pada pilihan pembelian pada *marketplace* shopee.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Para ahli percaya bahwa hasil pemeriksaan ini dapat menambah perbaikan informasi, dan dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi penelitian pemeriksaan tambahan mengenai kemajuan di bidang eksplorasi, terutama yang berkaitan dengan dampak kualitas barang, biaya dan kemajuan pada pilihan pembelian. pada *marketplace* shopee.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Instansi

Pakar percaya bahwa konsekuensi dari penelitian ini dapat dimanfaatkan dalam dunia utilitarian sebagai sumber bahan perspektif dalam membuat sistem yang berhubungan dengan sifat suatu barang, biaya, dan kemajuan, khususnya bagi PT. Shopee International Indonesia, dengan harapan membawa organisasi dan perkumpulan-perkumpulan khawatir ke arah yang lebih unggul.

b. Bagi Penulis

Hasil Eksplorasi ini seharusnya menjadi pilihan untuk informasi tentang sifat suatu barang, biaya, dan kemajuan pilihan pembelian, jadi saya berpendapat bahwa hasil pemeriksaan saya harus menjadi bahan referensi tambahan untuk ilmuwan tambahan.