

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di jaman yang modern ini, sudah banyak perkembangan yang terjadi. Salah satunya ialah *smartphone* yang sudah ada sejak pertengahan tahun 1970 yang hanya sebagai mengirim dan menerima pesan, memanggil dan menerima panggilan. Dahulu, orang-orang kaya saja yang mempunyai *smartphone* karena harganya yang mahal dan pulsanya pun mahal juga. Semakin berjalannya waktu, tahun ke tahun, *smartphone* semakin canggih. Harga *smartphone* juga tidak semahal jaman dahulu. Produsen *smartphone* semakin pintar agar *smartphone* dapat mudah di akses dan digunakan. Hal itu di usung dengan maraknya merk-merk *smartphone* beredar dipasaran dengan harga yang terjangkau. Ditambah saat ini sebagian besar tidak ada yang tidak memiliki *smartphone*, bahkan hampir semua kalangan. Pada era yang semakin canggih ini *smartphone* tidak hanya di isi pulsa, tetapi juga di isi kuota untuk mendapatkan akses internet.

Internet saat ini makin tersebar luas dan mudah diakses. Pada jaman dulu, internet hanya dapat diakses oleh negara-negara maju saja, namun sekarang internet dapat diakses oleh berbagai negara salah satunya negara tercinta ini yaitu Indonesia. Masyarakat Indonesia sendiri kini semakin pintar dan terbuka akan kemajuan teknologi. Hampir semua kalangan bisa menggunakan dan mengakses internet, tidak hanya pada kalangan dewasa melainkan juga pada kalangan anak muda (remaja). Tidak hanya bapak-bapak / ibu-ibu karir atau pejabat saja, namun sekarang ibu rumah tangga bahkan tukang becak dan tukang parkir sudah menggunakan internet.

Setiap media sosial memiliki fungsinya masing-masing untuk menunjang kita dalam menggunakannya, seperti *blog*, *facebook*, *twitter*, *instragram*, *line*, *whatsapp*, dan masih banyak lagi. Melalui media sosial kita dapat mengenal banyak

orang untuk kebutuhan komunikasi, memperbanyak relasi, menambah wawasan dan pengetahuan, pendidikan, bisnis, maupun hiburan.

Di era ini masyarakat cenderung memanfaatkan teknologi untuk menunjang kebutuhannya, dari mulai mendapatkan banyak informasi, berkomunikasi tanpa batas, bahkan berbelanja melalui internet atau *shopping online*. Terlebih dengan adanya aplikasi belanja *online*, berbagai macam barang dapat kita lihat dan bisa kita beli menggunakan internet. Dari mulai makanan, minuman, tas, baju, sepatu, kosmetik, aksesoris, *smartphone*, bahkan barang-barang berat seperti lemari, kulkas, televisi dan lain lain. Dengan adanya jualan sistem *online* akan lebih memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan pembelian. Masyarakat tidak perlu datang ke pertokoan, mereka hanya mengunjungi situs atau aplikasi belanja *online* dan kemudian memilih barang yang ingin di beli.

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak di bidang jual beli secara *online* dan dapat diakses dengan mudah menggunakan *smartphone*. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara *online* tanpa harus ribet menggunakan perangkat komputer. Cukup dengan menggunakan *smartphone*, Shopee menawarkan berbagai macam produk, mulai dari produk *fashion*, elektronik hingga produk untuk kebutuhan sehari-hari.

Shopee merupakan salah satu situs jual beli *online* yang menduduki peringkat kedua berdasarkan data yang dipublikasikan oleh CNN Indonesia. Berikut data situs belanja *online* yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia oleh CNN Indonesia pada tahun 2019:

Tabel 1.1. Data Pengunjung Situs Jual Beli *Online* Indonesia Tahun 2019

Nama <i>Marketplace</i>	Jumlah pengunjung
Tokopedia	1,2 Miliar
Shopee	837,1 Juta
Bukalapak	823,5 Juta
Lazada	445,5 Juta
Blibli	353,2 Juta
JD ID	105,4 Juta
Orami	89,8 Juta
Bhineka	62,2 Juta
Sociolla	51,1 Juta
Zalora	44,5 Juta

Sumber : CNN Indonesia 2020

Aplikasi Shopee digunakan oleh masyarakat Indonesia karena mudah digunakan. Mulai dari memilih produk, melihat produk dengan harga yang sudah tercantum, banyak promo, diskon, gratis ongkir (ongkos kirim), sistem pembayaran dengan banyak opsi, dan lain sebagainya. Di Shopee terdapat 26 kategori barang, mulai dari pakaian, *smartphone*, tas, aksesoris, *makeup*, peralatan bayi, peralatan olahraga, peralatan rumah, makanan, minuman, kendaraan, pulsa, ataupun tiket *travel* juga tersedia.

Dalam melakukan pembelian, konsumen memiliki beberapa pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli produk. Contoh dari pertimbangan-pertimbangan tersebut diantaranya harga, ulasan produk, dan metode pembayaran apa yang akan digunakan. Di aplikasi Shopee konsumen dapat melihat harga produk yang dicari. Harga produk dapat diurutkan dari mulai yang termurah hingga termahal. Hal ini memudahkan konsumen untuk mencari produk dengan harga sesuai dengan keinginannya.

Sebelum membeli produk, konsumen akan melihat ulasan produk yang telah diberikan oleh pembeli sebelumnya. Penilaian pelanggan kerap dijadikan bahan pertimbangan untuk melakukan keputusan pembelian di *marketplace*. Menurut (Collins, 2018) ulasan produk adalah sebuah laporan di sebuah media dimana seseorang memberi opini atas jasa atau produk yang dibeli. Ulasan dari seorang pelanggan berarti memiliki makna opini dari seseorang yang telah menerima pelayanan atau produk dari kegiatan transaksi. Dari ulasan produk kita dapat melihat penilaian konsumen yang sudah pernah membeli produk tersebut baik positif maupun negatif. Di Shopee konsumen dapat memberikan penilaian berupa bintang 1-5 (dari sangat buruk hingga sangat baik) dan dapat menampilkan foto serta komentar. Hal ini sangat membantu para konsumen yang ingin membeli produk dengan melihat ulasan-ulasan dari pembeli sebelumnya terlebih dahulu. Ada beberapa kasus bahwa produk yang ditayangkan dan diterima konsumen tidak sesuai atau bahkan buruk. Hal tersebut dapat mengurangi tingkat kepuasan konsumen dan konsumen enggan berbelanja di toko *online* tersebut di kemudian hari.

Selain itu di Shopee juga menawarkan metode pembayaran yang berbeda-beda. Mulai dari pembayaran menggunakan kartu kredit atau debit, transfer bank, cicilan, bayar ditempat atau *Cash On Delivery* (COD), pembayaran melalui Alfamart atau Indomaret, dan lain sebagainya. Konsumen dapat memilih metode pembayaran sesuai yang diinginkan.

Di aplikasi Shopee, kita akan menemukan banyak toko. Namun tidak semua toko menjual barang dengan merek asli. Terkadang suatu toko menjual barang tiruan dengan merek terkenal. Produk tiruan tersebut biasanya memiliki kualitas buruk dan palsu sehingga harga yang dijual relatif jauh lebih murah dari barang aslinya. Dengan adanya harga yang tercantum di aplikasi Shopee disertai ulasan produk, maka konsumen akan mempertimbangkan produk yang akan dibeli dan menggunakan metode pembayaran yang telah disediakan.

Keputusan pembelian, (Kotler, 2016) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses dimana individu mencari, memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya dan

memenuhi keinginannya. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh harga, ulasan produk, dan metode pembayaran terhadap keputusan pembelian konsumen dalam berbelanja *online* melalui aplikasi Shopee.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja *online* melalui aplikasi Shopee?
2. Apakah ulasan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja *online* melalui aplikasi Shopee?
3. Apakah metode pembayaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja *online* melalui aplikasi Shopee?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja *online* melalui aplikasi Shopee.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ulasan produk terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja *online* melalui aplikasi Shopee.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh metode pembayaran terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja *online* melalui aplikasi Shopee.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Untuk menambah wawasan dan informasi yang berkaitan dengan harga, ulasan produk, dan metode pembayaran terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja *online*.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat memberikan informasi pada perusahaan berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat melakukan evaluasi yang lebih baik.

3. Bagi ilmu pengetahuan

Memberikan kontribusi berupa pemahaman mengenai pengaruh harga, ulasan produk, dan metode pembayaran terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja *online* melalui aplikasi Shopee.