

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan Situs *Online shop (e-commerce)* di Indonesia berkembang dengan pesat dan cepat. Padahal beberapa tahun silam, trend *Online Shop (e-commerce)* di Indonesia masih belum populer karena kebiasaan masyarakat Indonesia yang cenderung memiliki anggapan “ada uang, ada barang” layaknya berbelanja di swalayan atau di pasar tradisional.

Menurut Laudon (2017) adalah *the use of internet and the web to transact business*, munculnya *e-commerce* ini, khususnya *Consumer-to-Consumer (C2C) e-commerce* membuat jual beli memasuki dimensi baru. Banyak dari pelaku bisnis membuat sebuah perusahaan baru berbasis *C2C e-commerce*, mereka membuat sebuah wadah sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam dunia digital yang disebut dengan marketplace *online* atau situs jual beli *online*.

Berikut merupakan situs jual beli *online* yang paling banyak dicari pada tahun 2018:



Gambar 1. 1. E-Commerce Indonesia yang Paling Banyak dicari Tahun 2018

Sumber: www.iprice.co.id

Berdasarkan **Gambar 1**, tercatat ada lima situs jual beli *online* yang paling banyak dicari diantara situs-situs jual beli *online* lain yang ada di Indonesia. Situs-

situs tersebut adalah lazada, tokopedia, bukalapak, shopee, dan blibli.com. Situs jual beli *online* selalu mengalami fluktuasi setiap bulannya. Terlihat grafik di atas merupakan grafik situs jual beli *online* yang paling banyak dicari tahun 2018 atau bisa disebut grafik keputusan pembelian konsumen.

Shopee adalah aplikasi *marketplace online* untuk jual beli di ponsel dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk *fashion* sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* untuk memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan belanja *online* tanpa harus membuka *website* melalui perangkat komputer. Sama halnya seperti situs jual beli *online* lainnya yang berbasis C2C, Shopee menyediakan sarana penjualan dari konsumen ke konsumen dimanapun dan siapapun dapat membuka toko *online* untuk melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia. Shopee mengenalkan situs ke konsumen dengan memanfaatkan media sosial dan iklan. Iklan yang diolah dengan menarik dan mengikut tren perkembangan zaman membuat shopee mendapatkan tempat sebagai salah satu *e-commerce* populer di Indonesia (Aldy Sapta Pradana, 2019).

Di dalam belanja *online*, penggunaan aplikasi situs jual beli menjadi langkah awal dalam berbelanja *online*. Menurut Laudon dan Carol, (2015) Kemudahan Penggunaan adalah dimana konsumen merasakan bahwa berbelanja di toko berbasis web akan meningkatkan belanjanya serta sejauh mana konsumen akan merasakan kemudahan interaksi dengan situs web dapat menerima informasi tentang produk yang di butuhkan. Penggunaan aplikasi situs jual beli ini dilakukan konsumen untuk mencari informasi mengenai spesifikasi produk yang diinginkan, model dan pilihan yang ada, hingga harga yang ditawarkan. Penggunaan aplikasi situs jual beli yang rumit menghambat konsumen untuk memperoleh informasi terkait produk yang diinginkan.

Dalam hal ini tentu kemudahan penggunaan aplikasi akan berdampak pada Keputusan Pembelian masyarakat. Keputusan Pembelian masyarakat, merupakan salah satu bagian dari komponen dalam sikap konsumen mengkonsumsi suatu produk. Setelah berbelanja suatu produk melalui situs jual beli *online*, konsumen akan merasakan pengalaman dalam berbelanja *online*. Pengalaman berbelanja yang baik membuat konsumen tertarik untuk berbelanja kembali. Menurut Laudon

dan Carol (2018) *Web Shopping* adalah kegiatan yang baru untuk berbagai konsumen, pembelian online masih di anggap lebih beresiko daripada pembelian secara langsung. Oleh karena itu, pengalaman berbelanja akan berdampak pada Keputusan Pembelian masyarakat.

Setelah mendapatkan pengalaman berbelanja yang baik, Kepercayaan Konsumen terhadap situs jual beli *online* akan berpengaruh positif. Menurut Andromeda (2018) kepercayaan konsumen terhadap *website online shopping* itu sendiri, semakin bagus suatu *website*, konsumen akan lebih yakin dan percaya terhadap reliabilitas *website* tersebut. Masih banyaknya kasus penipuan dalam berbelanja *online* membuat konsumen takut untuk berbelanja *online*. Kepercayaan menjadi bagian yang penting dalam berbelanja *online*. Kepercayaan Konsumen akan berdampak positif pada keputusan pembelian pada masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan peneliti, maka peneliti ingin melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Situs Jual Beli *Online* Shopee”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah menjadi delapan spesifikasi, diantaranya:

1. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian di situs jual beli *online* Shopee?
2. Bagaimana pengaruh pengalaman berbelanja terhadap keputusan pembelian di situs jual beli *online* Shopee?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di situs jual beli *online* Shopee?
4. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan, pengalaman berbelanja, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di situs jual beli *online* Shopee?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah sebelumnya, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian di situs jual beli *online* Shopee.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman berbelanja terhadap keputusan pembelian di situs jual beli *online* Shopee.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di situs jual beli *online* Shopee.
4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, pengalaman berbelanja, kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di situs jual beli *online* Shopee.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis dan praktis di antaranya:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan sebagai salah satu bahan masukan dan saran untuk menentukan kebijakan dan kualitas layanan yang akan datang.

2. Bagi masyarakat umum

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber bacaan yang dapat digunakan sebagai ilmu pengetahuan dalam menentukan keputusan pembelian pada situs jual beli *online*.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pengetahuan dan wawasan