

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial saat ini mendapatkan dukungan, terutama di kalangan pemuda dan kelompok generasi milenial, dan media sosial dapat menghapus batasan manusia dalam masyarakat, sosialisasi atau batasan dalam ruang dan waktu. Adanya jejaring sosial memudahkan orang untuk berkomunikasi dimana saja, di jalan dan sepanjang hari atau malam hari. Media sosial juga menjadi tempat banyak orang berbagi momen dan aktivitas sehari-hari dalam bentuk foto, video, audio, dan lokasi. Media sosial yang paling populer saat ini adalah Twitter, Facebook, Instagram, Line atau WhatsApp. Seiring berjalannya waktu yang ada, sosial media digunakan sebagai alat pemasaran suatu produk oleh para pengusaha, produk yang dipasarkan secara online sangat membantu proses bisnis yang dijalankan.

Dalam situasi ini, online shop merupakan jenis bisnis yang beberapa tahun belakangan ini sedang banyak diminati oleh sebagian besar orang dari anak muda remaja sampai ke kalangan orang tua karena sifat pertumbuhannya yang begitu pesat bahkan terbilang melonjak serta dengan mudah digunakan sebagai promosi dan pemasaran. *Online shop* atau toko online merupakan proses penjualan dan pembelian yang antara penjual atau pembeli tidak pernah bertemu langsung secara fisik. Kebutuhan yang dijual oleh *online shop* selalu ditawarkan melalui gambar yang berada yang berada didunia media sosial. Bagi beberapa konsumen yang ingin memenuhi kebutuhan dan ingin melakukan proses pembelian suatu barang tapi tidak sempat karena mempunyai kesibukan dengan aktifitas yang menyita waktu, tentu adanya *online shop* sangat membantu untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan. Dengan adanya pemasaran melalui promosi penjualan yang dilakukan oleh *online shop* di media sosial, maka konsumen dapat dengan mudah memilih barang yang dibutuhkan kapan saja tanpa harus keluar rumah dan mengunjungi toko yang tentunya akan membuang lebih banyak waktu. Teknik pemasaran dengan promosi

dan proses penjualan atau pembelian melalui *online shop* ini memang sangat relevan. Pada umumnya harga jual yang ditawarkan oleh *online shop* memang jauh lebih murah dibandingkan dengan kita berbelanja langsung di mall, butik atau toko. Dalam proses penjualan atau pembelian melalui *online shop*, tentunya internet sangat mempunyai peran yang penting dan mutlak untuk digunakan dalam melakukan proses promosi atau jual beli melalui sosial media. Di era digital yang semakin maju seperti saat ini, Kemajuan teknologi telah memberikan dampak yang sangat besar dan telah menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi saat ini, kehadiran media massa dimanfaatkan oleh media massa untuk menyebarkan pesan dan informasi mengenai produk perusahaan. Perusahaan penjualan merupakan bagian integral dari kehidupan kita untuk memenuhi kebutuhan kita saat ini. Salah satu hal kita akan informasi, informasi dan hiburan adalah jejaring sosial Instagram.

Seiring dengan perkembangan pemasaran melalui teknologi online, Instagram sebagai media umum yg terus berkembang pada saat ini. Layanan dengan penyebaran foto pada Instagram, termasuk salah satu saluran media umum yg relatif terkenal pada Indonesia, penggunaannya pun kian semakin beredar bahkan semakin meluas. Pada awalnya Instagram hanya mampu dinikmati oleh pengguna ponsel iPhone, iPod, iPod yang berbasis Ios. Instagram semakin kian meluas pemakaiannya sesudah aplikasi itu tersedia untuk ponsel Android kurang lebih 2012.

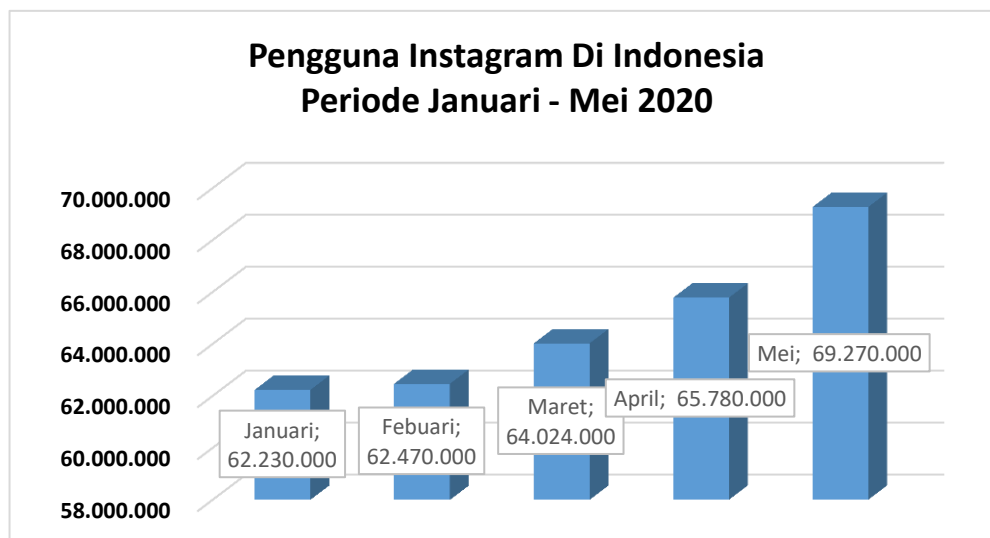
Dengan adanya instagram dan maraknya online shop yang bertebaran pada Indonesia pada umumnya, mereka memakai jejaring sosial ini sebagai marketing tool. Melalui pengunggahan foto dalam Instagram ini pemilik online shop bisa menaruh kabar pada konsumen dan menciptakan suatu interaksi yang kuat antara merk dan konsumen. Melalui Instagram, pemilik online shop bisa mengobservasi dan mengevaluasi apa saja yang menjadi harapan dan kebutuhan pasar untuk menjawabnya dengan produk dan layanan yang sesuai sehingga bisa menekan biaya yang dikeluarkan oleh online shop tersebut. Akses terhadap kabar menjadi lebih mudah dan murah.

Dengan adanya media ini Fenomena-fenomena tersebut memperlihatkan besarnya potensi dan antusiasme warga Indonesia dalam berbelanja online dan juga berjualan online. Serta didukung oleh riset yang sudah dilakukan oleh beberapa peneliti bahwa total penggunaannya pun semakin bertambah setiap tahunnya didunia, dibawah ini adalah data penggunaan social media Instagram menurut (Napoleon Cat

Tabel 1.1 Data Pengguna Instagram 2020

Tabel 1.1 Data Pengguna Instagram 2020

2020):



Menurut data yang dirilis Napoleon Cat, dalam periode Januari-Mei 2020, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna. Pencapaian itu adalah peningkatan berdasarkan bulan ke bulan atas penggunaan platform berbagi foto ini.

Pada bulan Januari tercatat kurang lebih 62,23 juta pengguna, kemudian naik pada bulan Februari menjadi 62,47 juta pengguna. Kemudian pada bulan berikutnya (Maret) penggunanya semakin membeludak dan mencapai 64 juta pengguna.

Selang sebulan kemudian diperoleh data pengguna yang mencapai 65,7 juta, hingga ditutup pada Mei dengan catatan 69,2 juta pengguna.

Seiring meningkatnya jumlah pengguna media sosial terutama pengguna aplikasi instagram akan meningkatkan bisnis yang saat ini dijalani oleh beberapa pengusaha.

Salah satu usaha yang menjual produk menggunakan aplikasi instagram adalah Toko Online heymale.id yang didirikan pada tahun 2015.



Gambar 1.2. Objek Penelitian (Heymale.id)

Setiap toko online bersaing memberikan pelayanan dan penawaran terbaik demi kepuasan konsumen di aplikasi Instagram, Salah satu cara untuk menjaga kelangsungan bisnis dalam persaingan yang ketat adalah dengan menjaga kepuasan pelanggan. Tenaga penjualan harus mencari cara berbeda untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Tujuan bisnis yang ingin mempertahankan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan adalah untuk membangkitkan minat konsumen tetap. Selain menciptakan kepuasan konsumen, toko online heymale.id ingin mempertahankan pelanggan hingga siap untuk melanjutkan belanja. Tindakan yang dapat dilakukan untuk memuaskan konsumen terdiri dari mengutamakan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kesadaran harga.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang diangkat adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada toko *online* (studi kasus pada brand Heymale.id).
2. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada toko online (studi kasus pada brand Heymale.id).
3. Apakah terdapat pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada toko online (studi kasus pada brand Heymale.id).
4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada toko online (studi kasus pada Brand Heymale.id).

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada toko *online* (studi kasus pada Brand Heymale.id).
2. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada toko *online* (studi kasus pada Brand Heymale.id).
3. Mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada toko *online* (studi kasus pada Brand Heymale.id).
4. Mengetahui pengaruh pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada toko *online* (studi kasus pada Brand Heymale.id).

1.4. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapaun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

- 1) Bagi Perusahaan Heymale.id
hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam rangka untuk meningkatkan keputusan pembelian pada brand Heymale.id yang memberikan proses pemasaran online dengan harga yang terjangkau bagi masyarakat, dan meningkatkan kualitas produk Heymale.id sehingga hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap followers heymale.id.
- 2) Bagi Diri Sendiri
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan menambah pengalaman dalam menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah ke dalam praktik nyata.
- 3) Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang akan meneliti selanjutnya, khususnya mengenai (i) Kualitas Produk (ii) Kualitas Pelayanan, dan (iii) Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.