

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

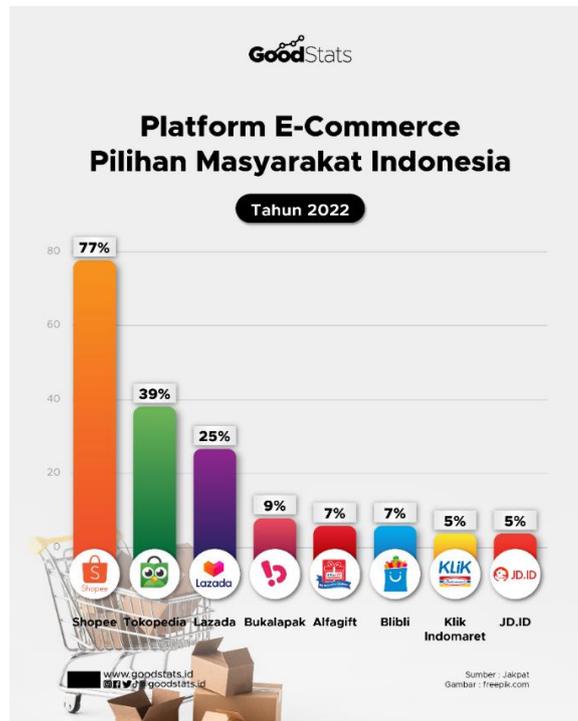
Dalam perkembangan zaman yang pesat dan semakin modern ini mendorong berbagai macam perubahan sistem, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti contohnya sistem perdagangan, cara bertransaksi dan sistem pemasaran.

Internet merupakan suatu teknologi yang membuat kita bisa mudah melakukan apa yang kita inginkan, salah satunya jual beli secara online. Kemudahan adanya jual beli secara online yaitu cukup dengan menggunakan *smartphone*, dengan begitu konsumen tidak perlu lagi mendatangi pusat perbelanjaan.

Menurut Kotler & Amstrong (2012) E-Commerce adalah saluran online yang dapat diakses melalui komputer seseorang yang digunakan pedagang dalam bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi menggunakan komputer. Proses ini diawali dengan memberikan layanan informasi konsumen pada saat mereka menentukan pilihan. Salah satu toko online yang sedang populer dan berkembang di kalangan pelajar saat ini adalah Shopee. Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak dibidang jual beli secara online dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan *smartphone* ataupun komputer. Shopee hadir di indonesia pada Desember tahun 2015. Prestasi *marketplace* ini adalah keberhasilan promosi dapat ditingkatkan dalam waktu singkat. Shopee adalah aplikasi berbasis web yang

menawarkan berbagai macam produk mulai dari *fashion*, kosmetik, peralatan rumah tangga dan kebutuhan sehari-hari hingga kebutuhan sehari-hari. Shopee juga dapat mendukung penjual dalam melakukan transaksi dengan mudah dan aman, memungkinkan proses pembayaran dan pengiriman logistik yang terintegrasi. Selain menyediakan produk, Shopee menawarkan keunggulan lain yaitu menawarkan sistem pengiriman gratis untuk pengiriman barang. Apabila barang yang diterima tidak sesuai, barang dapat dikembalikan ke toko yang bersangkutan atau ke toko yang menawarkan produk tersebut. Dalam membeli suatu produk keputusan pembelian merupakan hal yang tidak mudah, dimana keputusan pembelian mencakup mengenai kegiatan informasi, membandingkan merek, melihat penilaian produk, dan kegiatan lainnya. Namun pembelian produk bisa terjadi secara mendadak, atau mungkin hanya melihat produk tersebut dipromosikan dengan harga diskon.

Menurut data Team Similar Web (2023), Pada Agustus 2022, situs *web* Shopee menerima 190,7 juta kunjungan dari Indonesia. Angka tersebut meningkat 11,37% dibandingkan bulan sebelumnya, dan total pengunjung *website* Shopee mencapai 171,2 juta pada Juli 2022. Keberhasilan tersebut menjadikan Shopee sebagai *website e-commerce* peringkat teratas di Indonesia versi Similarweb pada Agustus 2022.



**Gambar 1. 1 Situs E-Commerce dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia 2022**

**Sumber : goodstats.id**

Keuntungan yang ditawarkan oleh Shopee memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli barang yang dibutuhkannya. Konsumen lebih suka berbelanja online karena menghemat waktu mereka tanpa harus meninggalkan rumah untuk membeli barang yang mereka inginkan dan karena memungkinkan mereka memilih produk dengan mudah. Lokasi juga menjadi salah satu hal yang menjadi pertimbangan konsumen saat berbelanja, karena lokasi merupakan saluran dimana produsen dapat menjual produknya kepada konsumen, dalam hal ini aplikasi Shopee. Pada aplikasi Shopee produk yang memiliki peminat paling banyak adalah produk *fashion*. Dimana *fashion* di Indonesia berkembang dengan pesat dan terus berubah mengikuti

perkembangan zaman. Shopee menawarkan beragam produk *fashion*, mulai dari pakaian anak-anak, pakaian perempuan, pakaian laki-laki, dan masih banyak lagi. Bahkan Shopee juga menawarkan produk *fashion* dari harga yang tertinggi sampai harga yang terendah, dan juga banyak produk *fashion* dari bermacam-macam merek. Penelitian ini berfokus pada produk *fashion* yang ditawarkan Shopee yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumennya.

Menurut Sutisna (2012) *price discount* atau diskon adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. *Rating* adalah pendapat pelanggan pada skala tertentu, sebuah skema peringkat populer untuk *rating* di Shopee adalah dengan memberikan bintang. Semakin banyak memberikan bintang maka menunjukkan peringkat penjual yang semakin baik (Lackermair et al., 2013). Menurut Assauri (2010) promo gratis ongkos kirim yaitu kegiatan untuk menstimuli pembelian yang berupa usaha penjualan khusus (*special selling effort*) seperti pameran *display*, eksibisi, peragaan/demonstrasi dan kegiatan penjualan lainnya yang dapat dilakukan sewaktu-waktu. Menurut Kotler & Keller (2016), keputusan pembelian adalah tahap evaluasi, konsumen dari preferensi diantara merek disetiap pilihan dan mungkin juga dari niat untuk membeli merek yang paling disukai.

Terdapat perbedaan penelitian terdahulu terkait variabel diskon terhadap keputusan pembelian. Menurut Auli et al. (2022) diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan menurut Safuan & Khazuani (2018) diskon tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian Sari. dkk (2019) *online costumer rating* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan menurut Calvin & Setianingsih (2021) *online contumer rating* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian Istiqomah & Marlana (2020) gratis ongkos kirim berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan menurut Ariska.et al (2022) gratis ongkos kirim tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian di atas, diketahui 171,2 juta pengguna e-commerce menjadikan Shopee sebagai tempat berbelanja online. Hal ini meningkatkan strategi pemasaran Shopee agar konsumen dapat bersaing dengan penyedia e-commerce lainnya. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mempelajari konsumen Shopee (khususnya mahasiswa Yogyakarta) sebagai subjek penelitian. Adapun judul dari penelitian ini adalah “Pengaruh Diskon, *Online Customer Rating*, dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* diaplikasi Shopee pada Mahasiswa di Yogyakarta”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah diskon berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *fashion* diaplikasi Shopee pada mahasiswa di Yogyakarta?
2. Apakah *online customer rating* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *fashion* diaplikasi Shopee pada mahasiswa di Yogyakarta?
3. Apakah gratis ongkos kirim berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *fashion* diaplikasi Shopee pada mahasiswa di Yogyakarta?

## **C. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, peneliti mempersempit batasan masalah yang menjadi bahan dalam penelitian. Adapun batasan masalah secara rinci sebagai berikut:

1. Variabel penelitian ini adalah diskon, *online customer rating*, gratis ongkos kirim, dan keputusan pembelian.
2. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna aplikasi Shopee di Yogyakarta.
3. Penelitian ini dilaksanakan di Yogyakarta pada bulan Januari 2023.

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian produk *fashion* diaplikasi Shopee pada mahasiswa di Yogyakarta
2. Untuk menganalisis pengaruh *online customer rating* terhadap keputusan pembelian produk *fashion* diaplikasi Shopee pada mahasiswa di Yogyakarta
3. Untuk menganalisis pengaruh gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian produk *fashion* diaplikasi Shopee pada mahasiswa di Yogyakarta

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Memberikan pemahaman dan pengetahuan mengenai pengaruh diskon, *online customer rating* dan gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian produk *fashion* diaplikasi shopee pada mahasiswa di Yogyakarta serta memperdalam kemampuan komunikasi dan mengolah informasi untuk penyusunan skripsi.

2. Bagi STIM YKPN

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian dengan variabel sejenis.

### 3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan dalam melakukan evaluasi terkait variabel dalam penelitian ini guna terciptanya kemajuan perusahaan.

### 4. Bagi Pembaca

Menjadi referensi tambahan saat penulisan skripsi atau penelitian tambahan agar lebih baik lagi. Memberikan pemahaman berkaitan mengenai pengaruh diskon, *online customer rating* dan promo gratis ongkir terhadap keputusan pembelian produk fashon pada aplikasi shopee pada mahasiswa di Yogyakarta.