

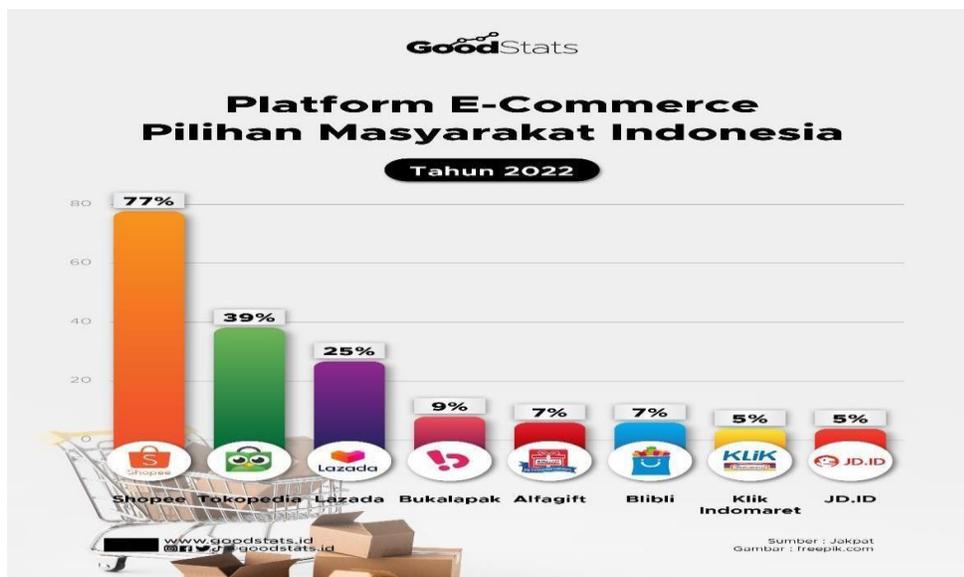
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi menjadi alasan utama terjadinya pergeseran perilaku konsumen yang melakukan pembelian melalui *offline shop*. Hal ini yang membuat masyarakat mulai beralih dari *offline store* ke belanja *online*, melihat fenomena perilaku konsumen yang semakin maraknya dunia digital maka semakin mudah konsumen untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan secara *online*. Pada saat ini perkembangan teknologi informasi semakin didukung secara intensif dengan infrastruktur yang dibangun oleh negara dan pihak lain. Seiring dengan kemajuan teknologi di segala bidang, penetrasinya pun semakin meluas teknologi informasi saat ini telah menyebabkan perkembangan usaha diberbagai bagian secara *online* semakin meningkat.

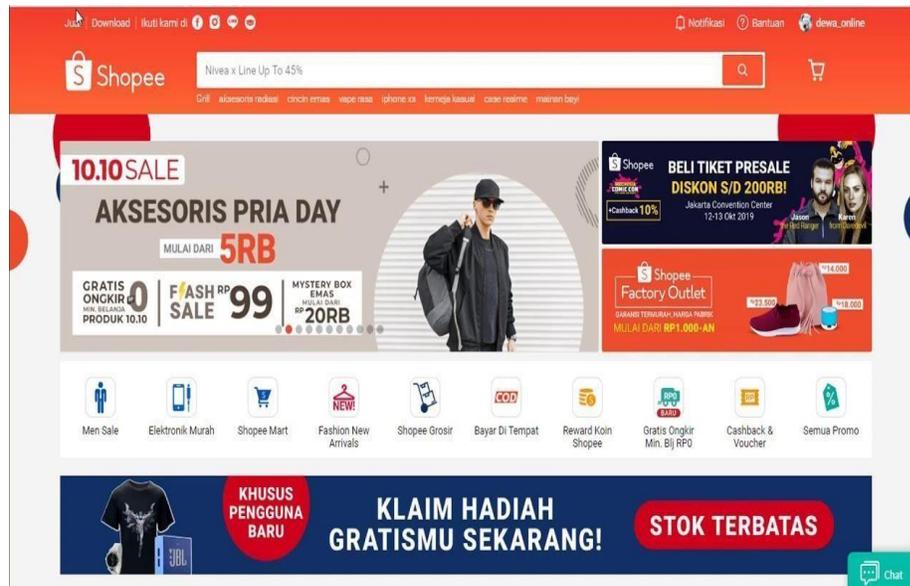
Teknologi informasi adalah salah satu bentuk teknologi yang digunakan untuk membuat, menyimpan, memodifikasi dan menggunakan data dalam segala bentuknya. Dengan teknologi informasi ini, perusahaan dapat mengakses pasar pada dunia digital dengan mudah. Pada dunia teknologi antar pengusaha baik besar maupun kecil karena tuntutan pasar saat ini terus berubah waktu pelacakan. Seseorang harus bisa dan memiliki kemampuan beradaptasi dengan perubahan teknologi. Salah satu aspek yang paling penting karena memiliki pengaruh dan kepentingan dalam usaha yang dapat mempertahankan dan berkembang dibidang bisnis. Kemajuan teknologi informasi menjadi salah satu pertimbangan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini menyebabkan adanya perubahan pada cara proses pembelian masyarakat yang melalui *E-Commerce online* yaitu Shopee.

Pada saat ini Shopee merupakan salah satu *E-Commerce* yang perkembangannya cukup baik di Indonesia. Shopee adalah salah satu contoh *platform* belanja online yang menyediakan bermacam produk kebutuhan rumah tangga, makanan, minuman, alat elektronik, pakaian, aksesoris hingga fashion yang sangat memudahkan masyarakat untuk mencari barang atau produk yang mereka butuhkan yang menyebabkan *E-Commerce* Shopee platform nomor 1 di Indonesia yang sering dikunjungi.



Gambar 1.1 Jumlah Platform Terbanyak Di Indonesia Pada Tahun 2022
Sumber: Jakpat

Gambar 1.1 diatas terlihat bahwa E-Commerce Shopee menduduki posisi pertama yang diminati oleh masyarakat Indonesia yang mempunyai nilai 77% selama tahun 2022 dibandingkan platform yang lainnya seperti, Tokopedia, Lazada dan lain sebagainya. Saat ini Shoppe masih menjadi platform E-Commerce terbaik di Indonesia. Selain itu banyak keuntungan serta kemudahan ketika memakai *platform* ini antara lain pertama, pengguna juga dapat mengembalikan dana atau produk yang telah dibeli jika produk tersebut tidak sesuai keinginan ataupun rusak ketika diterima. Kedua, pengguna dapat mencari produk dengan mudah dan gampang dengan cara memasukkan gambar produk yang sedang dicari melalui kolom pencarian (*searching*). Ketiga, sewaktu-waktu berdasarkan even atau tanggal tertentu, Shopee memberikan layanan gratis ongkos kirim (*ongkir*) untuk pengiriman barang dan lainnya, ini yang menyebabkan platform Shopee menjadi daya tarik masyarakat tersendiri dengan banyaknya fitur sesuai gambar di bawah ini. Dari gambar 1.2 dapat dilihat bagaimana fitur yang membuat masyarakat tertarik memiliki platform Shopee namun dengan pengguna Shopee yang terlalu banyak memungkinkan masyarakat perlu memahami apa yang harus dilakukan,



Gambar 1.2 Fitur E-Commerce Shopee
Sumber: Krediblog.id

Dalam bertransaksi, beberapa kekurangan Shopee yang sering dikeluhkan oleh masyarakat (Krediblog.id) diantaranya :

1. Kekurangan yang pertama adalah soal gratis ongkir yang memang terlalu banyak syarat sehingga kamu perlu membacanya dengan teliti.
2. Kekurangan yang kedua adalah beberapa waktu itu memang aplikasi Shopee itu sering mengalami *error* atau *down*.
3. Kekurangan yang ketiga adalah ada beberapa penjual yang mungkin tidak jujur dan kemudian menipu dan bisa menyebabkan kerugian.

Berdasarkan uraian diatas di atas dengan adanya fitur yang tersedia di Shopee membuat masyarakat terpicat akan *E-Commerce* Shopee. Namun ada beberapa yang perlu menjadi pertimbangan bagi pihak manajemen dalam memperhatikan kekurangan Shopee yang membuat konsumen kecewa dan tentunya dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap *E-Commerce* Shopee. Tindakan keputusan pembelian tentunya dipengaruhi beberapa faktor pendukung yang harus terpenuhi oleh pelanggan online salah satunya adalah harga dan promosi jika kedua pendukung telah terpenuhi maka akan terciptanya keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk memiliki barang atau produk yang dibutuhkan, faktor yang dilakukan.

Sebelum mengambil keputusan salah satunya melihat harga dan promosi yang ada, apakah sudah sesuai dengan kemauan konsumen atau belum. Oleh karena itu harga ialah aspek utama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, harga tersendiri merupakan hal terpenting dalam melakukan transaksi jual beli di mana pelanggan akan melakukan transaksi jika harga sesuai dengan barang yang dibutuhkan dan diminati oleh konsumen, terkait harga biasanya pelanggan akan menukarkan harga dengan barang yang diinginkan. Harga yaitu salah satu nilai yang memberikan pendapatan kepada penjual yang menjadi patokan atau tolak ukur suatu usaha yang dilakukan.

Selain harga, yang menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu aspek promosi. Promosi adalah suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang ataupun perusahaan kepada masyarakat luas. Tujuannya dapat memperkenalkan produk kepada masyarakat dan mempengaruhi mereka untuk membeli dan menggunakan produk tersebut yang menjadi daya tarik pembeli di *E-Commerce* Shopee. Dalam bidang usaha online sekarang promosi adalah suatu pemasaran yang harus dilakukan, guna mengembangkan usaha yang ada agar mau mencoba produk yang baru ataupun yang lama guna menciptakan konsumen yang loyal. Promosi yang diadakan oleh platform Shopee ini cukup menarik perhatian atau notice bagi konsumen online khususnya di daerah Bogor yang terkenal dengan sifat loyal. Mengingat data serta uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian khususnya di daerah Kota Bogor terkait dengan **judul Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Kasus Kota Bogor)**. Dengan penelitian ini penulis dapat memahami dengan baik faktor mana yang lebih penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk terhadap *E-Commerce* Shopee di Kota Bogor.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan di lapangan, maka beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Perkembangan teknologi dapat mempengaruhi pembelian dari *offline* ke online
2. Kurangnya strategi dalam penetapan harga yang tepat dalam melakukan kebijakan gratis ongkir dan lainnya yang mempengaruhi masyarakat dalam keputusan pembelian di *E-Commerce* shopee

3. Maraknya Promosi yang tidak sesuai dengan faktanya di penjualan produk pada *E-Commerce* Shopee
4. Sering menemukan penjual toko yang kurang jujur

1.3 Pembatasan Masalah

Dari uraian diatas melihat identifikasi masalah dan untuk mencegah mengembangnya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas supaya pemecahan masalah lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada:

1. Judul penelitian yaitu Pengaruh Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Kota Bogor).
2. Variabel yang diteliti meliputi Harga dan Promosi sebagai variabel bebasnya dan keputusan pembelian sebagai variabel terikatnya.
3. Responden dibatasi pada pengguna *E-Commerce* Shopee yang membeli produk fashion (Studi Kasus Kota Bogor).

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah secara simultan Harga dan Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Bogor?
2. Apakah secara parsial harga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian pengguna *E-Commerce* shopee di Kota Bogor?
3. Apakah secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna *E-Commerece* di Kota Bogor ?

1.5.Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara simultan Harga dan Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna *E-Commerce* Shopee di kota Bogor?
2. Untuk mengetahui secara parsial harga mempengaruhi keputusan pembelian

pengguna *E-Commerce* Shopee di kota Bogor

3. Untuk mengetahui secara parsial promosi mempengaruhi keputusan pembelian pengguna *E-Commerce* Shopee di kota Bogor

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih secara umum informasi khususnya tentang pengaruh apa saja yang penting dalam menentukan keputusan pembelian terhadap pengguna *E-Commerce* Shopee di kota Bogor
2. Bagi peneliti lebih menambah wawasan terkait beberapa teori yang dipelajari saat menyusun analisa ini
3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya dibidang manajemen pemasaran.
4. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi bagi pihak akademik yang melakukan penelitian sebelumnya khususnya yang berkaitan dengan masalah pengaruh Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian pengguna *E-Commerce* Shopee di kota Bogor.

1.6 Sistematika Penulisan

Guna memahami laporan ini, maka materi-materi yang ada pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.