

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat Indonesia telah berkembang karena kemajuan teknologi informasi, salah satunya adalah internet, yang berdampak pada gaya hidup masyarakat yang semakin modern. Dengan perubahan gaya hidup modern, mobilitas masyarakat meningkat melalui internet. Hal ini dapat menawarkan peluang besar untuk kemajuan dalam transaksi online atau *e-commerce*. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yang menghasilkan temuan ini (Yanto & Anjarsari, 2021). Saat ini, istilah "perdagangan" lebih dikenal sebagai *electronic* atau *e-commerce*. Perdagangan saat ini menggunakan *e-commerce*, yang memungkinkan bisnis untuk menjangkau pelanggan di seluruh dunia tanpa terbatas oleh lokasi geografis, karena pertumbuhan teknologi informasi, terutama internet, terus berkembang. Oleh karena itu, persaingan menjadi semakin sulit. Persaingan tidak hanya penting dalam sebuah pangsa pasar, tetapi juga umum. Orang-orang dipaksa untuk terus mengembangkan produk baru karena pengaruh dan kemajuan teknologi yang semakin maju. Karena persaingan yang ketat ini, penjual akan melakukan berbagai cara untuk membantu pembeli membuat keputusan yang lebih baik tentang suatu produk agar kepuasan konsumen meningkat. Salah satu persaingan pasar yang sangat ketat adalah Shopee. Shopee merupakan salah satu contoh *Media Online* saat ini yang digunakan sebagai alat pemasaran yang dapat mempertahankan dan menarik pelanggan. Shopee adalah

salah satu *platform online* yang paling populer di Indonesia. Karena kualitas produk dan harga yang jauh lebih murah daripada platform lain, banyak pengguna membandingkannya dengan toko online seperti Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan Olx. Komentar, keluhan, dan tanggapan pelanggan tentang kualitas produk yang didapatkan tidak sesuai dengan deskripsi yang dicantumkan oleh penjual, sehingga kualitas produk secara tidak langsung menurun di mata pelanggan. Hal ini dapat menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas produk. Penjual dapat meningkatkan kualitas produk dengan melakukan penelitian lebih lanjut dan mempertimbangkan nilai guna produk agar pelanggan puas. Leonardo *et al.* (2021) menyatakan bahwa kualitas produk ialah kemampuan sebuah produk dalam menunjukkan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan *durabilitas*, *reliabilitas*, ketepatan, kemudahan dalam mengoprasikannya, reparasi produk juga atribut produk lainnya dan dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh *positif* dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. *Price* atau harga, secara sederhana adalah jumlah yang dibayarkan untuk suatu barang atau jasa. Namun, dalam definisi lebih luas, harga adalah nilai keseluruhan yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *positif* yang sangat signifikan antara harga dan kepuasan pelanggan; dengan kata lain, harga semakin sesuai dengan keuntungan yang diterima pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan dengan harga produk di Shopee juga meningkat Menurut (Leonardo, 2021 dan Sabda Puta Mediti, 2020).

Puspita & Astuti (2023) menyatakan bahwa promosi penjualan adalah salah satu kunci dari kampanye pemasaran yang berupa beberapa kumpulan alat insentif jangka pendek yang bertujuan untuk mendorong konsumen melakukan pembelian produk atau jasa dan mempercepat / meningkatkan penjualan dalam waktu dekat. Promosi Penjualan dilakukan perusahaan untuk menggaet konsumen baru dan menjaga kesetiaan konsumen lama agar terus melakukan pembelian secara berkala adalah cara untuk meningkatkan penjualan secara cepat dengan waktu yang singkat. Karena adanya Promosi Penjualan yang berupa penawaran yang menarik dan *efektif*, konsumen merasa mendapat keuntungan yang lebih atas pembelian produk sehingga konsumen cenderung melakukan pembelian ulang. Karena pelanggan lebih sensitif terhadap harga yang membebani pikiran mereka, promosi akan sangat berpengaruh terhadap pelanggan.

Berdasarkan permasalahan dan latar belakang tersebut maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Pada Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Malang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, maka dapat diketahui rumusan masalah yang di atas adalah:

1. Apakah kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee di Kota Malang?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee di Kota Malang?

3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee di Kota Malang?
4. Apakah Promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen shopee di Kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penulis merumuskan tujuan penelitian yang dikerjakan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee di Kota Malang
2. Untuk menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee di Kota Malang
3. Untuk menganalisis apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee di Kota Malang
4. Untuk menganalisis apakah kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee di Kota Malang

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teori

Diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi pada Shopee terhadap kepuasan konsumen Di Kota Malang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Peneliti berharap penelitian ini akan memberi kita lebih banyak pengetahuan tentang bagaimana kualitas produk, harga, dan

promosi pada Shopee memengaruhi kepuasan konsumen Di Kota Malang.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan bahwa karya ilmiah ini akan memberikan setidaknya beberapa informasi dan gambaran tentang seberapa penting kualitas produk, harga, dan promosi pada Shopee terhadap kepuasan konsumen Di Kota Malang dan diharapkan juga agar pihak Shopee selalu meningkatkan kualitas, pelayanannya dan selalu memberikan yang terbaik kepada konsumen .

c. Bagi masyarakat

Diharapkan memberikan informasi tentang apa saja faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen pada aplikasi Shopee.

d. Bagi Universitas Merdeka Malang

Diharapkan dapat berguna sebagai referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama dan dapat dikembangkan lebih luas lagi kedepannya .