

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digitalisasi sangatlah mempermudah masyarakat terutama dengan hadirnya internet sehingga bisa merombak atau memberikan perubahan system terutama dalam bidang perdagangan. Dibandingkan dengan pada masa sebelumnya masyarakat atau konsumen sangatlah sulit ketika ingin membeli barang yang dibutuhkan, seperti kita harus ke pasar atau toko untuk membeli produk yang kita inginkan atau butuhkan disebutkan sebagai transaksi.

Pada era industri 4.0 seperti yang kita rasakan saat ini semakin hari semakin maju, pelaku bisnis khususnya memanfaatkan teknologi canggih untuk melakukan penjualan secara online pada media-media sosial dan juga serta pada aplikasi-aplikasi online shop yang tersedia. Salah satunya adalah aplikasi online shopee, adanya aplikasi-aplikasi online shop ini masyarakat khususnya masyarakat Indonesia tidak perlu repot-repot untuk mencari barang-barang yang dibutukanya dan semuanya sudah tersedia di aplikasi online shop tersebut. Masyarakat Indonesia yang kita ketahui pada saat ini sudah beralih dan telah melakukan jual beli di media sosial dan aplikasi-aplikasi online shop bahkan sudah sangat terbiasa untuk melakukan jual beli.

Aplikasi Online shop seperti shopee yang dapat diunduh pada perangkat smartphone atau tablet. Aplikasi ini berguna untuk menjelajahi katalog produk, melakukan pembelian, dan mengelola transaksi secara online. Biasanya pada aplikasi ini memiliki antarmuka yang ramah pengguna,

fitur pencarian efisien, dan tata letak yang menarik untuk memudahkan pengalaman berbelanja digital serta tujuannya yaitu untuk memberikan kemudahan akses dan pengalaman belanja yang nyaman. Pada aplikasi online shop seperti shopee ini memberikan banyak penawaran produk-produk fashion sampai dengan kebutuhan sehari-hari. Aplikasi Shopee adalah salah satu aplikasi online shop yang memfasilitasi penjual dengan mudah dan pembeli dengan proses pembayaran yang aman, sebagian dari aplikasi online shop telah menyediakan fitur COD sehingga jauh memberikan kenyamanan terhadap pembeli jika membeli suatu produk.

Salah satu yang menarik perhatian konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di aplikasi online shop seperti shopee yaitu kualitas produk, harga, serta promosi. Ketiga hal ini harus diperhatikan atau dipertimbangkan oleh perusahaan karena kualitas produk yang sangat bagus, harga yang mudah dijangkau oleh masyarakat terutama di kalangan mahasiswa. Bahkan bisa berekspansi di pasar global dengan promosi yang baik.

Kualitas produk termasuk salah satu elemen yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dikarenakan kualitas merupakan aspek penting dalam membuat keputusan pembelian maka perusahaan harus berfokus pada kualitas produk. Perusahaan dinyatakan lebih berjaya, jika dapat memberikan kualitas produk yang baik (Ernawati,2019). Seperti yang kita ketahui kualitas produk yang ditawarkan oleh aplikasi online shop seperti shopee ini biasanya digambarkan sebuah katalog, deskripsi gambar pada katalog biasanya menjelaskan tentang bahan yang digunakan pada pencantuman pada gambar tersebut. Bukan hanya kualitas produk yang

dilihat oleh konsumen, tetapi harga juga yang dilihat oleh konsumen karena harga sudah tercantum pada aplikasi online shop seperti shopee tersebut, sehingga konsumen membandingkan harga produk yang dijual oleh toko-toko dengan harga yang sudah tersedia oleh aplikasi shopee tersebut. Hasil penelitian Sari & Harti (2021), Ayatusifa dkk (2023), Silaban dan Rosdiana (2020), Pratiwi dan Masykuroh (2023), Nurchasanah dan Lukitaningsi (2023), Herianto (2020), Nurhidayati (2023), Saputra (2021), dan Ardiansyah (2022) menjelaskan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan hasil penelitian. Ababil *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adanya research gap ini terdapat celah untuk menguji kembali kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Harga merupakan sesuatu yang sangat penting bagi konsumen dan penjual. Bagi konsumen, harga merupakan biaya atas sesuatu. Sedangkan bagi penjual, harga merupakan salah satu dari sumber pendapatan atau keuntungan. Dapat disimpulkan bahwa harga merupakan salah satu faktor penentu bagi pembeli untuk menentukan keputusan pembelian produk atau jasa Nasution *et al* (2020). Biasanya toko-toko yang ada di aplikasi online shop seperti shopee bukan hanya menampilkan kualitas produk akan tetapi promosi juga tertera pada produk tersebut. Misalkan dengan potongan harga, memberika bonus jika membeli dua gratis satu untuk menarik perhatian para pembeli.

Promosi merupakan suatu aktivitas memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk yang ditawarkan agar konsumen tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan Zahara & Sembiring, (2020).

Promosi adalah sekelompok kaidah dalam menyampaikan, memikat dan menyadarkan konsumen dengan kontan ataupun secara tidak kontan mengenai produk yang dipasarkan untuk meraih keuntungan. Dari keuntungan yang didapatkan maka perusahaan bisa memperluas usaha maupun keberlangsungan hidupnya (Ernawati,2019: 20).

Gambar yang ada pada katalog seperti shopee banyak sekali produk yang tidak sesuai yang diterima oleh para konsumen sehingga konsumen merasa kecewa dan sudah tertipu karena beberapa toko hanya memikirkan keuntungan mereka sendiri, dengan mencantumkan kualitas produk yang sangat bagus serta harga murah konsumen sangat tertarik untuk membelikannya tetapi realitanya tidak sesuai yang sudah di cantumkan produk yang kita terima, maka dari itu konsumen lebih memilih untuk berbelanja langsung di toko-toko untuk melihat langsung keaslian dari kualitas produk yang ingin hendak di beli.

Oleh sebab itu diperlukan salah satu variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk untuk mengetahui keputusan pembelian yang ada pada aplikasi online shop, dikarenakan menemukan masalah bahwa kualitas produk yang ada pada aplikasi online shop kurang memuaskan atau tidak sesuai yang sudah di cantumkan pada sebuah deskripsi produk. Yang sangat penting diperhatikan ialah *rating* atau penilaian produk yang sudah dibeli sebelumnya mengingat produk yang ada tidak dipegang langsung atau dilihat langsung oleh pembeli cara ini sangatlah baik jika memelikan produk tersebut sehingga nantinya tidak kecewa terhap produk yang sudah diterima.

Perdagangan secara online biasanya harga ditawarkan tidak jauh berbeda dengan harga yang ada ditoko-toko atau swalayan. Namun ada juga

yang mematok harga dibawahnya, selain itu pemberian potongan harga diberikan ketika jumlah pembelian telah mencapai jumlah tertentu. Mengingat bahwa kemampuan daya beli mahasiswa tergantung dengan jumlah uang saku yang mereka miliki. Oleh sebab itu, mahasiswa biasanya paling super teliti yang berkaitan dengan harga, sebab dalam pandangan mahasiswa mereka akan cenderung memilih produk dengan kualitas sama dengan penawaran harga yang lebih rendah. Sehingga ketika mahasiswa yang melihat adanya perbedaan harga dengan kualitas produk yang sama, mereka akhirnya tertarik untuk melakukan pembelian di aplikasi *online shop* seperti halnya aplikasi shopee.

Hasil uraian penelusuran mengenai kajian pengaru “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian” masih perluh dikaji lebih dalam, oleh karena itu peneliti ingin menguji **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI *ONLINE SHOP* (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unmer Malang).**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di aplikasi online shop pada Mahasiswa Unmer Malang?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di aplikasi online shop pada Mahasiswa FEB Unmer Malang?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di aplikasi online shop Mahasiswa FEB Unmer Malang?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di aplikasi online shop pada Mahasiswa FEB Unmer Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat dipaparkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di aplikasi online shop pada mahasiswa UNMER MALANG
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian di aplikasi online shop pada mahasiswa FEB UNMER MALANG.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di aplikasi *online shop* pada mahasiswa FEB UNMER MALANG.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di aplikasi online shop pada mahasiswa FEB UNMER MALANG.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam hal pengembangan di bidang penelitian khususnya yang terkait dengan pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademik

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan dalam dunia praktis sebagai bahan referensi dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan kualitas produk, harga dan promosi khusus untuk yang menggunakan

aplikasi online shop, baik penjual maupun pembeli, dengan harapan dapat membawa perusahaan dan pihak yang bersangkutan kearah yang lebih baik lagi.