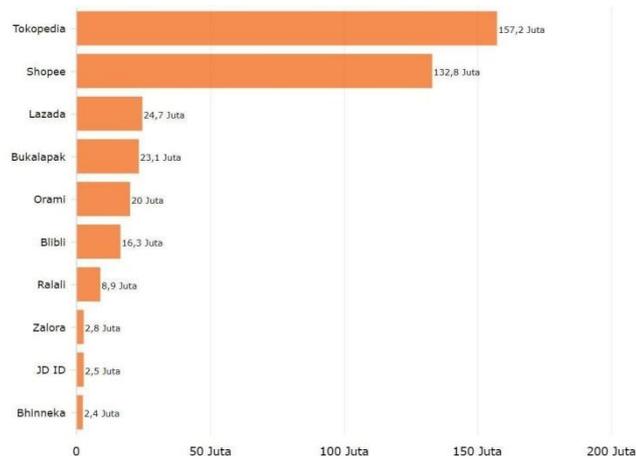


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Didalam penelitian ini mengapa Peneliti ambil judul “Pengaruh Harga Dan Layanan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Ms.Glow Skincare Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Merdeka Malang Angkatan 2019”. Dikarenakan berkaitan dengan arti pemasaran yaitu aktivitas dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Dalam judul ini mengapa Peneliti mengambil subyeknya adalah *mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang?*. pastinya tidak jauh dari kalangan mahasiswa ini banyak sekali yang menggunakan layanan COD (*Cash on Delivery*) dalam kehidupannya sehari-hari, apalagi sudah banyak promo-promo menarik yang dibuat oleh e-commers yang menyediakan jasa COD ini. Kepercayaan menjadi faktor utama dalam aktivitas belanja online sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan dalam kegiatan jual beli tersebut. Menurut Tim Riset iPrice Insight melalui data yang dikumpulkan pada tahun 2022 dalam Peta Ecommerce Indonesia, tercatat 47 e-commerce yang beroperasi di Indonesia. Dari hasil riset tersebut memiliki hasil jumlah karyawan serta peminat pengguna 5 e-commerce online. Yakni Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada dan orami.

Gambar 1. Grafik *Onlineshop*

Sumber : grafik onlineshop.com

Dari banyaknya bisnis e-commerce yang berkembang pesat, persaingan di antara para pelaku bisnis e-commerce juga semakin ketat. Salah satu inovasi layanan terbaru adalah fitur *COD* merupakan sebuah cara bertransaksi dimana cara penggunaan fitur tersebut adalah membeli barang kemudian pembayaran akan dilakukan setelah kurir datang. Hal ini bertujuan untuk mempermudah konsumen yang ingin melakukan transaksi tanpa menggunakan jasa M-Banking atau Transfer serta dapat membantu orang yang tidak memiliki ATM dan mengurangi adanya penipuan Sistem COD di Shopee tentu saja memudahkan pembeli. Berikut macam kelebihan dan kekurangan COD di shopee. Kelebihan COD di Shopee Terdapat 4 nilai plus atau kelebihan dari sistem COD di Shopee yang bisa dirasakan oleh penjual di antaranya, Peningkatan Omzet Penjualan pembeli bisa meningkatkan pembelian dengan layanan COD di shopee ini karena pembayarannya sangat mudah. Konsumen hanya menunggu barang datang dan langsung membayar kepada kurir, dengan target ini pembeli bisa melakukan pembelian produk tanpa harus memikirkan bagaimana cara membayar jika tidak punya rekening bank/mobile

banking Performa Toko Online akan Meningkatkan pembeli akan semakin banyak yang menggunakan sistem layanan COD dan mempercayai untuk berbelanja karena strategi pemasaran dengan menggunakan sistem COD ini termasuk sangat aman. Maka dari itu peningkatan layanan COD ini semakin meningkat di masyarakat umum yaitu *Menarik Perhatian Pembeli yang Tidak Memiliki Rekening Bank*. Sistem layanan COD ini sangat baik untuk kalangan orang-orang yang tidak mau repot untuk men-transfer ke shopeepay atau ke rekening bank yang tersedia di shopee. Serta sangat membantu untuk masyarakat yang tidak memiliki mobile banking atau rekening. Kekurangan COD di Shopee adalah setelah mengetahui, kelebihan sistem COD di Shopee. Berikut juga terdapat nilai minus atau kekurangan menggunakan sistem tersebut. Setidaknya ada 2 minus atau kekurangan yang bisa kamu perhatikan di antaranya. Adanya risiko kerusakan produk biasanya produk yang dibatalkan pembeli lebih berpotensi terjadi kerusakan. Hal ini bisa karena jarak tempuh yang panjang. Kemasan barang biasanya ada penyok atau rusak yang membuat pembeli tidak mau menerimanya. Selalu Perhatikan Asuransi Shopee juga banyak memiliki fitur untuk pemilihan asuransi supaya dari pihak penjual dan pembeli tidak merasakan adanya kerugiandalam pemesanan atau ada kerusakan pada saat di ekspedisi. Untuk mengurangi kerugian tersebut shopee memiliki banyak pilihan asuransi dan pengiriman agar pembeli dan penjual tidak ada yang dirugikan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka perumusan masalah yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah deskripsi pengaruh harga dan COD terhadap keputusan

pembelian pada Mahasiswa Universitas Merdeka Malang.

2. Untuk menganalisis apakah pengaruh harga dan COD secara simultan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Universitas Merdeka Malang.
3. Apakah harga dan COD berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Universitas Merdeka Malang.
4. Manakah diantara harga dan COD yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Universitas Merdeka Malang

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan harga, COD dan keputusan pembelian pada Mahasiswa Universitas Merdeka Malang.
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh harga dan COD secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Universitas Merdeka Malang.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga dan COD secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Universitas Merdeka Malang.
4. Untuk menganalisis manakah diantara harga dan COD yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Universitas Merdeka Malang

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diperoleh dengan melakukan penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi bahan kajian dan sebagai referensi dalam mengembangkan teori untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi intensi pembelian produk menggunakan layanan *cash on delivery*

2. Bagi penulis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan suatu ilmu yang berguna dan untuk memberi kesempatan serta menambah ilmu yang telah dipelajari selama masa kuliah Terutama tentang kegiatan pemasaran dan strategi pemasaran.

3. Bagi pengusaha *Onlineshop*

Penelitian ini bermanfaat dan bisa digunakan untuk mengetahui apa saja pengaruh keputusan pembelian, pengaruh harga, dan layanan COD. Terhadap suatu keputusan pembelian konsumen dalam pembelian skincare di MS.Glow distributor Malang, sehingga dapat dijadikan titik dalam menetapkan strategi pemasaran.

4. Bagi pihak lain

Penelitian ini dapat berguna bagi pihak lain dan dapat dijadikan sebagai acuan bahan pertimbangan atau referensi, untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel yang sama atau berbeda dan berkaitan yang lain. Serta dapat membantu orang diluar sana yang masih belum memahami tentang strategi pemasaran yang baik dan benar.