

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Berkembangnya era globalisasi, membuat banyak orang terus bersaing menggunakan teknologi untuk meningkatkan serta melancarkan sistem informasi. Diketahui juga saat ini teknologi informasi pun telah berkembang tanpa batas, pada perkembangan teknologi salah satunya adalah internet, terdapat beberapa keterbatasan yang pernah terjadi dalam berhubungan satu dengan yang lainnya, baik itu berupa waktu, kapasitas, kecepatan, jumlah, faktor jarak dan sebagainya kini mampu di atasi dengan adanya perkembangan dari berbagai sarana komunikasi terbaru dan modern. Dengan adanya teknologi internet yang menambah wawasan dan pengetahuan serta sangat mempermudah menjadikan masyarakat Indonesia pun ikut berubah dengan perkembangan teknologi yang terjadi. Hal yang paling mencolok dengan adanya perkembangan teknologi tersebut yaitu kecenderungan dalam melakukan aktivitas di dunia maya, misalnya dengan berbelanja secara *online* ataupun yang dikenal dengan *online shopping*. Dengan adanya perkembangan tersebut, banyak sekali bisnis-bisnis baru yang memasarkan produknya dengan menggunakan transaksi secara *online*. Diketahui internet sangat berperan penting dalam hal mengenalkan kita pada dunia maya. Keberadaan internet juga sangat bermanfaat, dimana sebagai sarana yang digunakan untuk memperkenalkan sebuah produk. Produk yang akan di pasarkan

secara *online* melalui internet bisa memberikan suatu keuntungan yang besar bagi si pengusaha dikarenakan produk yang dimilikinya dikenal hingga seluruh dunia.

*Online shop* ialah sebuah proses pembelian barang ataupun jasa lewat jaringan internet yang dimana antara si penjual dengan si pembeli belum pernah bertemu atau tatap muka secara langsung dimana barang yang di perjualbelikan atau di tawarkan melalui gambar yang di sebut *katalog*. Beberapa contoh dari berbelanja *online* diantaranya *amazon.com*, *ebay.com* dan ada juga yang menawarkan melalui *blog*, forum jual beli seperti kaskus serta media sosial seperti *instagram*, *facebook*, yang menawarkan beberapa produk seperti pakaian, kosmetik, elektronik dan sebagainya. Selain itu *online shop* juga memiliki kelebihan dimana selain pembeli atau konsumen dapat memperhatikan produk yang telah ada, mereka juga dapat memesan desain (*custom design*) bahkan bisa melakukan transaksi pembayaran secara *online*.

Manfaat *online shop* terhadap konsumen yaitu memberi kemudahan dalam memesan suatu produk dengan tidak perlu berkendara dan mencari lokasi. Informasi yang di dapat juga lebih gampang tanpa harus meninggalkan pekerjaan, rumah, kantor, cukup hanya memfokuskan perhatian pada tolak ukur objektif seperti harga, kualitas produk dan ketersediaan barang yang di butuhkan. Selain itu, manfaat yang diberikan bukan hanya di rasakan oleh konsumen, tetapi sangat bermanfaat juga terhadap pemasar atau penjual. Biaya yang dikeluarkan dalam berbisnis *online* juga menjadi lebih rendah, karna tidak harus menyewa toko dan prasarana yang menyertainya. Kelebihan berjualan di pasar *online* juga sangat banyak dan menguntungkan salah satunya jangkauan pasar yang luas, dan

promosi yang mudah. Berdasarkan dari banyaknya manfaat dari bisnis *online*, maka hal ini tentu mendorong para pemasar untuk lebih memilih berjualan secara *online* dari pada secara tatap muka atau *face to face*. Akibatnya muncul pesaing-pesaing yang memasarkan usahanya lewat dunia maya ini. Maka dari itu, agar para pemasar mampu bersaing dengan pesaing lainnya, di butuhkan strategi pemasaran yang baik. Mulai dari faktor kualitas produk yang bersaing, memberi kepercayaan konsumen hingga kepuasan konsumen terhadap suatu bisnis yang di tawarkan. Di Indonesia, perusahaan *e-commerce* yang berhasil dan sukses salah satunya ialah *Shopee*.

Salah satu pengaruh yang bisa beri dampak pada keputusan pembelian yakni kualitas produk. Sehingga kualitas produk menjadi penyebab yang hingga kini masih dijadikan pertimbangan para konsumen guna membeli suatu produk yang diinginkan. Menurut (Abadi & Herwin, 2019) kualitas produk adalah proses penilaian secara menyeluruh terhadap pelanggan atas perbaikan kinerja baik itu barang maupun jasa. Sedangkan menurut (Trisnawati & Pangestika, 2018) kualitas produk merupakan bagian dari jaminan kepuasan konsumen setelah membeli dan menggunakan produk. Kualitas produk merupakan penilaian dari perasaan pelanggan terhadap kinerja dari sebuah produk yang berkaitan dengan pakaiannya dan juga berkaitan dengan kemampuan sebuah produk guna mencapai kebutuhan pelanggan dengan memberikan kepuasan secara psikologis maupun fisik yang mencakup keadaan sifat, fungsi, dan fisik dari produk tersebut (Napitupulu, 2019). Produk yang berkualitas tentunya adalah produk yang sudah pasti di cari orang, Sebab setiap para pengguna tentunya akan merasa senang saat

terpenuhinya kepuasan saat memakai produk tersebut, malahan konsumen tidak takut untuk berbelanja dengan biaya yang besar, supaya kebutuhannya terpenuhi. Dengan kualitas produk yang bagus serta terpercaya, menjadikan konsumen tidak lagi ragu guna membeli suatu produk dengan kualitas yang tentunya baik juga. Tingkat penilaian kepuasan dari pada konsumen tentu akan bergantung dari kualitas produk itu sendiri. Kualitas produk juga sangat memengaruhi kemajuan dalam sebuah bisnis, dimana konsumen akan sanggup untuk membeli produk dengan harga yang terjangkau dan tentunya masuk akal dengan kualitas produk yang baik. Tingginya kualitas produk mampu menghasilkan sebuah keunggulan dalam persaingan yang tahan lama. Sehingga, kualitas menjadi faktor yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perusahaan dalam konteks pasar global.

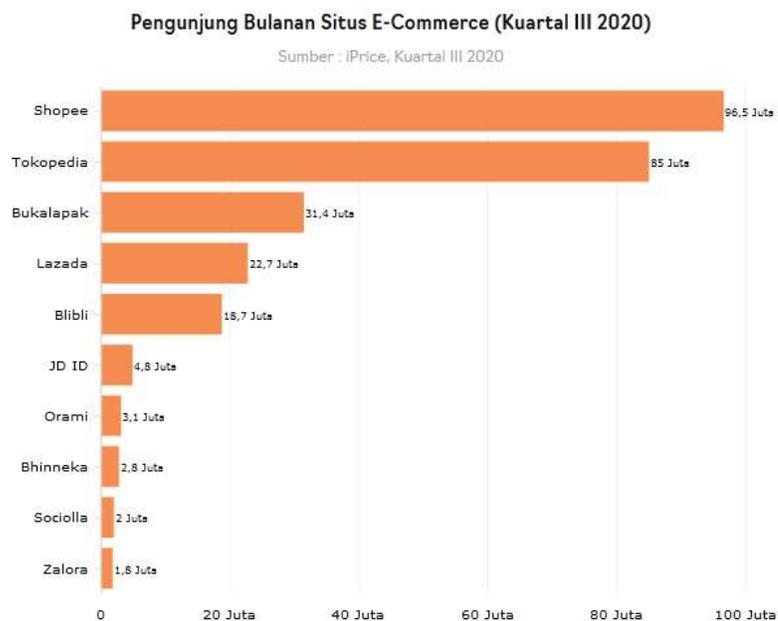
Di samping itu, kualitas pelayanan ialah faktor yang memiliki pengaruh pada keputusan pembelian. (Irawan, 2019) kualitas pelayanan menjadi perbedaan antara harapan dengan persepsi dari konsumen serta layanan yang di terima. Kualitas pelayanan menjadi sebuah strategi yang sangat tepat guna mengoptimalkan penjualan perusahaan. Dengan memberi pelayanan komunikasi yang tanggap, cepat, dan baik mampu mewujudkan kondisi harmonis pada pembeli maka proses pembelian keputusan akan barang maupun jasa berlangsung cepat. Terciptanya kualitas dalam pelayanan yang maksimal, hal yang bisa diharuskan dalam pelayanan perusahaan yakni pelayanan yang bisa diterima serta dirasakan para konsumen bahkan bisa dilakukan lebih dari yang di harapkan para konsumen. Menurut (Sueni & Loebis, 2019) kualitas pelayanan ialah upaya guna dapat mencukupi kebutuhan maupun keinginan setiap konsumen dan sebagai

ketetapan dalam penyampaian guna dapat mengimbangi setiap harapan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi pembeda yang sangat krusial pada lingkungan usaha yg kompetitif dan penggerak usaha berbasis layanan khususnya yaitu bisnis *online*. Menurut (Syaifullah & Mira, 2018) kualitas pelayanan yaitu suatu tingkat kelebihan yang tentunya sangat diharapkan dan dapat memenuhi keinginan dari setiap konsumen. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan, mampu mempengaruhi penilaian, kepercayaan serta komitmen dari konsumen. Para pembisnis diwajibkan untuk memberi pelayanan terbaiknya terhadap *customer* atau pelanggan. Dengan memberi pelayanan yang baik, mampu meningkatkan transaksi pembelian oleh konsumen. Dari kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan pelanggan yang loyal, yang biasanya akan memperkenalkan bisnis pada orang lain, dan tentunya akan bertambah lagi para konsumen baru.

Keputusan pembelian yang menjadi langkah dari setiap konsumen untuk membeli atau tidaknya dari suatu produk. (Efnita, 2017) menyebutkan keputusan pembelian yaitu langkah pertimbangan yang diambil karena mendapat pengaruh harga, teknologi, lokasi, dan ekonomi keuangan, sehingga terbentuk suatu sikap terhadap pembeli untuk menentukan produk apa yang akan di beli. Sebelum terjadinya transaksi sebuah produk, terlebih dahulu konsumen akan melakukan keputusan pada produk yang ingin di belinya.

Batam menjadi salah satu kota industri di Indonesia, dimana diketahui sebagian besar penduduknya adalah pekerja, dari penduduk usia muda hingga usia tua. Terdapat banyak mahasiswa dan mahasiswi yang kuliah sambil bekerja

di Batam, kebanyakan dari mereka memiliki gaya hidup yang begitu *fashionable*. Waktu mereka yang cukup padat dalam menjalani aktivitas kuliah sambil bekerja yang menjadikan waktu mereka sangat kurang untuk bepergian pada sebuah pusat perbelanjaan. Namun kini dengan adanya situs belanja online mampu mempermudah mereka dalam berbelanja hanya dengan gadget yang mereka miliki masing-masing. Berikut merupakan *e-commerce* dengan pengunjung tertinggi di tahun 2020.



**Gambar 1.1** Pengunjung Tertinggi E-commerce 2020

**Sumber:** iPrice, Kuartal III 2020

Gambar 1.1 memperlihatkan Shopee memiliki pengunjung situs paling banyak yaitu sebanyak 96,5 juta pengunjung. Berikutnya yang menempati posisi kedua ialah Tokopedia sebanyak 85 juta pengunjung, Bukalapak sebanyak 31,4 juta, Lazada sebanyak 22,7 juta, Bibli sebanyak 18,7 juta, JD ID 4,8 juta, Orami 3,1 juta, Bhinneka 2,8 juta, Sociolla 2 juta dan yang terakhir ada Zalora sekitar 1,8

juta. Shopee juga menjadi tempat berbelanja secara *online* yang kini marak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

**Tabel 1. 1** Hasil Survei Konsumen Pengguna Situs Online

<b>Parameter</b>	<b>Lazada</b>	<b>Tokopedia</b>	<b>Shopee</b>	<b>Bukalapak</b>
Paling diminati	18%	12%	66%	4%
Sering digunakan	18%	18%	60%	4%
Keamanan dalam bertransaksi	24%	14%	60%	2%
Kemudahan dalam penggunaan	26%	10%	60%	4%

**Sumber:** (Wijaya & Warnadi, 2019)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan jika Shopee menjadi *online shop* yang paling banyak digunakan oleh konsumen dalam berbelanja dari *online shop* lainnya seperti Lazada, Tokopedia dan Bukalapak. Beberapa keunggulan dari *marketplace* ini adalah dengan adanya fitur live chat yang sangat mempermudah antara si penjual serta pembeli melakukan interaksi tentang suatu produk yang di jual atau yang ingin di beli, adanya fitur terdekat yang memungkinkan para pembeli dapat memilih penjual yang terdekat dari posisinya, potensi transaksi yang cukup besar, berkolaborasi dengan mitra komersial diantaranya seperti Go-Jek, Go-Send, POS KILAT, JNE,JNT dan proses pengirimannya pun sangat mengurangi resiko bila mana produk tidak sampai di tangan konsumen.

Disamping kemudahan yang kita rasakan dalam berbelanja *online* terdapat juga kelemahan atau rasa ketidaknyamanan saat melakukan *online shop* misalnya, terdapat adanya jeda waktu antara pembayaran dan pengiriman dari produk yang

kita pesan, kita tidak dapat melakukan percobaan barang atau jasa yang kita pesan sebelum membelinya, dan kita juga tidak bisa memeriksa produk yang telah kita pesan sebelumnya, apakah terdapat kerusakan di sekitar produk tersebut atau tidak.

Selain itu, saat melakukan *online shop* tidak terlepas dari adanya masalah pada kualitas produk yang harus di hadapi para konsumen saat berbelanja. Pada Shopee terdapat beberapa masalah yang terjadi dalam berbelanja *online*, hal itu di sebabkan oleh produk yang di terima konsumen berbeda dengan apa yang mereka pesan, misalnya dalam membeli pakaian, ditemukan jahitan yang kurang rapi beda seperti di gambar, sering tertukarnya ukuran barang yang kita pesan dengan yang kita terima, sehingga menyebabkan tidak terpuaskannya suatu kebutuhan atau keinginan konsumen yang berbelanja tersebut.

Kualitas produk yang tidak sesuai deskripsi produk tersebut, terkadang saat membeli dua produk di toko yang sama ada salah satu produk yang tidak sampai di tangan konsumen, dan ketentuan promo gratis ongkir yang terlalu ribet. Oleh sebab itu, konsumen menjadi tidak berminat membeli produk itu.

Selain masalah kualitas produk, masalah kualitas pelayanan juga sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam melakukan belanja *online* melalui Shopee terdapat beberapa masalah yang sering terjadi, seperti *late response*, dimana admin *online shop* tersebut yang suka lama membalas chat atau pesanan dari calon pembeli, sehingga terkadang membuat calon pembeli yang merasa bosan pindah ke *online shop* lainnya, atau bahkan tidak jadi melanjutkan perbelanjaan. Jika penetapan kualitas pelayanan sesuai harapan konsumen,

mereka akan terpuaskan serta cenderung melakukan pembelian ulang. Namin, jika pelayanan yang diterima tidak sesuai keinginan, konsumen akan kecewa serta beralih ke *online shop* lain yang lebih mampu memahami kebutuhan konsumen tersebut. Tidak adanya pengalaman yang menyenangkan sehingga terkadang menjadi permasalahan terhadap keputusan pembelian saat ingin melakukan pembelian produk selanjutnya. Terkadang sulitnya mengakses situs dikarenakan lambat pada jam-jam tertentu.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti mengambil subjeknya yaitu pengguna Shopee di kota Batam. Untuk mengevaluasi penting nya kualitas produk serta kualitas pelayanan dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk pakaian secara *online*, dengan demikian peneliti tertarik guna melaksanakan penelitian berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA *ONLINE* DI KOTA BATAM”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan permasalahan yang ada sebelumnya, bisa di identifikasikan jadi beberapa permasalahan yakni :

1. Rendahnya tanggapan aktif masing-masing admin saat merespon pertanyaan konsumen terkait suatu produk yang akan di beli secara *online* di Shopee
2. Terdapat keluhan produk yang dibeli konsumen karena tidak sesuai dengan gambar yang di deskripsikan oleh penjual
3. Banyaknya jumlah *online shop* yang menjual produk pakaian secara *online*

4. Kurang fokusnya dari pihak toko yang ada di Shopee saat melakukan packing produk, sehingga terkadang barang yang di terima tertukar dengan pesanan orang lain
5. *Late respon* sehingga terkadang membuat calon pembeli yang merasa bosan pindah ke *online shop* lainnya, atau bahkan tidak jadi melanjutkan perbelanjaan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Dari identifikasi masalah tersebut, serta adanya keterbatasan waktu maka peneliti memfokuskan dan membatasi penelitian ini dengan variabel kualitas produk, keputusan pembelian, kualitas pelayanan, serta membatasi masalah hanya membahas bisnis *online shop* untuk jenis produk pakaian di *Shopee* saja, dengan objek yang akan di teliti yaitu masyarakat di kota Batam.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Dari bahasan tersebut, maka bisa di buat rumusan masalahnya, yaitu:

1. Apakah kualitas produk ada pengaruh pada keputusan pembelian produk pakaian secara *online* ?
2. Apakah kualitas pelayanan ada pengaruh pada keputusan pembelian produk pakaian secara *online* ?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan ada pengaruh pada keputusan pembelian produk pakaian secara *online* ?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Guna memahami dampak kualitas produk pada keputusan pembelian pakaian secara *online*.
2. Guna memahami dampak kualitas pelayanan pada keputusan pembelian pakaian secara *online*.
3. Guna memahami dampak kualitas produk serta kualitas pelayanan secara bersamaan pada keputusan pembelian pakaian secara *online*.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

1. Harapannya riset ini bisa di jadikan bukti untuk kedepannya, utamanya terkait hubungan dampak kualitas pelayanan serta kualitas produk pada keputusan pembelian produk pakaian secara *online*
2. Peneliti juga berharap penelitian ini bisa memberi tambahan wawasan serta ilmu pengetahuan mengenai keputusan pembelian yang dipengaruhi kualitas produk serta kualitas pelayanan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Perusahaan  
Harapannya riset ini bisa menambah literasi serta masukkan atas adanya kekurangan yang terjadi. Masukkan yang ada bisa berguna sebagai tambahan informasi untuk bahan pertimbangan dan bisa dijadikan salah satu upaya dalam menganalisa tingkat keputusan pembelian yang menjadi tolak pengukuran pertimbangan terkait kebijakan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Harapannya riset ini bisa di jadikan referensi untuk mempermudah serta sebagai tambahan informasi guna melaksanakan penelitian dengan objek yang sama, dengan demikian penelitian selanjutnya dapat lebih baik lagi.

3. Bagi Peneliti

Di harapkan bisa memberi tambahan wawasan serta memperdalam wawasan serta ilmu pengetahuan dalam penelitian terutama mengenai keputusan pembelian pakaian secara *online*.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Harapannya riset ini bisa dijadikan referensi bagi pihak terkait dan di pergunakan sebagai tambahan literasi bagi para peneliti kedepannya..