

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan pengguna internet yang terus meningkat khususnya di Indonesia memberikan dampak yang besar dalam kehidupan kita. Bukan saja hanya untuk tempat berkomunikasi, mencari informasi, tetapi juga digunakan untuk mengakses sosial media, transaksi online, mengakses layanan publik, bekerja atau sekolah dari rumah, mengakses konten hiburan, transportasi online, layanan keuangan. Selain itu internet sekarang sudah sangat membantu para pebisnis untuk mengembangkan bisnisnya.

Dari laporan yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) ada 210.026.769 jiwa yang terkoneksi internet dari seluruh total populasi sebesar 272.682.600 jiwa penduduk di Indonesia pada tahun 2021. Berdasarkan hasil survey pada tabel di bawah ini yang dilakukan oleh APJII dapat kita lihat bahwa peningkatan penduduk yang terkoneksi internet di Indonesia secara terus menerus.



**Gambar 1.1** Tingkat penetrasi internet di Indonesia

**Sumber:** [apjii.or.id](http://apjii.or.id)

Perkembangan teknologi internet yang sedemikian pesat memunculkan perubahan perilaku konsumen sebelum membeli produk pada situs berbelanja *online*. Perilaku konsumen yang sudah mulai bertambah banyak peminat menggunakan jejaring sosial, memberi ruang peluang kepada para pelaku pebisnis dengan memanfaatkan perkembangan internet ini. Hal dapat berpengaruh untuk memperluas pasar para pedagang lewat toko online guna mencapai penjualan yang meningkat.

Ada beberapa alasan konsumen melakukan pembelian secara online adalah dikarenakan lebih cepat dan parktis, lebih hemat dalam segi waktu karena tidak harus pergi ke luar, lebih gampang untuk melakukan perbandingan produk yang akan dibeli. Belanja online juga bisa dilakukan di mana saja selagi jaringan internet memadai, ada banyak promosi dan juga diskon, dan banyak produk yang dijual secara online memberikan harga yang lebih murah dibandingkan membeli secara offline. Selain itu, ada juga beberapa alasan konsumen tidak melakukan pembelian secara online karena berbelanja online ini memang memiliki banyak

resiko diantaranya tidak bisa melakukan penawaran karena harga sudah di badrolkan, aplikasi kadang bermasalah, alamat yang dituju kadang tidak terjangkau, kurang terjamin dalam hal keamanan barang, ongkir yang mahal, produk yang kadang tidak sesuai postingan, ada banyak penipuan, rumit cara membayarnya, tidak mengerti menggunakan aplikasi, tidak berminat untuk berbelanja online, waktu pengiriman barang yang relatif lama, dan memang masih banyak lebih suka belanja secara langsung melihat barangnya.

Trend berbelanja online terus mengalami peningkatan dari kalangan anak-anak muda baik yang masih sekolah, kuliah, bekerja bahkan ibu-ibu rumah tangga, yang tadinya terbiasa berbelanja secara langsung, saat ini mereka semakin banyak yang meminati berbelanja secara online. Dalam data berikut dapat kita lihat bahwa perilaku shopping online menduduki tertinggi ke tiga yaitu sebesar 21,26% yang sering diakses oleh para pengguna internet.



**Gambar 1. 2** Konten yang sering diakses pengguna internet

**Sumber:** apjii.or.id

Untuk mendapatkan kebutuhan konsumen, dari banyaknya bermunculan pasar *e-commerce* dan *markerplace* seperti JD Id, Jakmall, Elevenia, Sorabel, Zalora, Matahari Mall, Scosiolla, Buka lapak, Lazada, Blibli, Shopee, dan masih banyak lagi *E-Commerce* lainnya, Shopee merupakan salah satu yang menjadi toko online yang sudah besar dan diketahui banyak masyarakat Indonesia yang digunakan konsumen untuk mencari dan membeli kebutuhannya.

Aplikasi Shopee merupakan termasuk market place yang sudah populer di Indonesia. Penggunaannya pun tidak terlalu sulit. Shopee adalah tempat perdagangan elektronik yang asalnya dari Singapura. Shopee didirikan pada tahun 2015 oleh Chris Feng. Shopee diperkenalkan di Indonesia yaitu pada bulan Desember tahun 2015 juga. Shopee adalah mobile-platform pertama di Asia Tenggara (Indonesia, Filipina, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam dan Taiwan). Marketplace Shopee menjual berbagai macam produk yang memiliki mutu bagus dan harga yang masih dapat terjangkau berbagai kalangan masyarakat Indonesia. Menyediakan berbagai ragam barang atau produk yang tersendiri dalam bentuk dan jenisnya, baik itu dari barang bermerek sampai kebutuhan dasar rumah tangga.

Filter by Marketplace Store Type Store Origin Select Data Per Quarter Q2 2022

Merchant	Monthly Web Visits	AppStore Rank	PlayStore Rank	Twitter	Instagram	Facebook	Number of Employees
1 Tokopedia	158,346,667	#2	#5	1,000,000	5,263,104	6,517,950	7,976
2 Shopee	131,296,667	#1	#1	842,900	8,727,742	25,778,184	6,781
3 Lazada	25,640,000	#3	#2	475,900	3,156,231	32,137,440	1,506
4 Bukalapak	21,303,333	#7	#6	252,500	2,110,525	2,505,675	2,952
5 Bibli	19,736,667	#5	#3	613,700	2,258,064	8,689,266	2,952

**Gambar 1.3** Persaingan tokoh online di Indonesia

Sumber: iPrice, (2022)

Dari tabel di atas dapat kita lihat persaingan tokoh online di Indonesia pada kuartal 1 Tokopedia menduduki pengunjung bulanan tertinggi yang dikutip dari iPrice 2022. Peringkat ke dua disusul oleh Shopee dan peringkat ke tiga adalah Lazada. Dari tabel di atas dapat kita lihat persaingan tokoh online yang terus berusaha melakukan yang terbaik dan menjadi nomor 1 dibenak pelanggan.

Dapat dilihat dari rata-rata jumlah pengunjung situs Shopee per bulan (Kuartal III 2019 - Kuartal II 2022) yang dibagikan di website databoks.katadata.co.id pengunjungnya mengalami naik turun dalam empat tahun terakhir. Pada kuartal I dan kuartal II pada tahun 2022, Shopee terus mengalami penurunan kunjungan, sehingga karena hal ini diduga hal ini mempengaruhi keputusan pembelian pada aplikasi Shopee.

**Tabel 1.1** Rata-Rata Jumlah Pengunjung Situs Shopee Per Bulan  
(Kuartal III 2019- Kuartal II 2022)

Date	Pengunjung Situs Shopee per Bulan
Q3 2019	55964700
Q4 2019	72973300
Q1 2020	71533300
Q2 2020	93440300
Q3 2020	96532300
Q4 2020	129320800
Q1 2021	127400000
Q2 2021	126996700
Q3 2021	134383300
Q4 2021	138776700
Q1 2022	132776700
Q2 2022	131296667

**Sumber:** Data Olahan Penulis, 2023

Sebelum konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian, tentunya ada sejumlah faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Salah satu yang menjadi pertimbangannya adalah kualitas produk. Konsumen menyeleksi produk yang hendak dibeli dengan dasar penilaian konsumen terhadap kesanggupan produk yang hendak diinginkan konsumen untuk dibeli disesuaikan dengan pandangan konsumen apakah produk tersebut mampu untuk memenuhi apa yang konsumen harapkan. Suatu produk dapat dikatakan mempunyai nilai/value atau tidak, memenuhi harapan atau tidak, dan mampu membuat konsumen tertarik di benak konsumen atau tidak itulah yang disebut kualitas produk. Apabila kualitas produk yang dibeli memuaskan tentu akan meningkatkan kepuasan pelanggan

dalam berbelanja online bahkan memberi peluang akan terjadinya pembelian ulang.

Dalam persaingan berbelanja online yang semakin meningkat, kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen merupakan hal penting yang harus diperhatikan penjual. Oleh karena itu, sebaiknya produk perlu dilakukan evaluasi untuk meminimalisir kesalahan yang fatal dan besar di kemudian hari. Demikian pula dalam melakukan pembelian, konsumen tentunya menginginkan supaya produk yang dibelinya dapat memenuhi hasrat dan keinginan hati konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengerti keinginan hati konsumen, sehingga perusahaan mampu menyediakan produk sesuai keinginan hati dan kebutuhan konsumen.

Produk yang berkualitas ialah harapan dan keinginan konsumen yang penting untuk diberikan oleh perusahaan, karena produk yang berkualitas ialah salah satu kunci dalam memperluas produktivitas perusahaan dalam persaingan di pasar. Dewasa ini, karena kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat yang semakin baik, membuat konsumen semakin selektif dan objektif dalam berbelanja.

Dalam hal belanja *online*, tidak selalu berjalan sesuai yang diharapkan. Seringkali konsumen mendapatkan pengalaman berbelanja *online* yang buruk. Dari beberapa ulasan konsumen yang disediakan pada menu ulasan dan rating, terdapat beberapa hal yang tidak sesuai dengan harapan konsumen. Dimana masih

ditemukannya seperti produk yang datang tidak sesuai atau tidak sama dengan harapan pelanggan dikarenakan barang yang sampai kepada konsumen rusak. Hal ini membuat konsumen kecewa bahkan mungkin membuat mereka untuk tidak lagi melakukan pembelian.

Hal ini tentu akan mempengaruhi calon pembeli yang ingin membeli apabila mengetahui *review* yang tidak memuaskan tersebut. Selain itu, dalam beberapa pengalaman konsumen yang ada pada aplikasi Shopee tersebut juga ada beberapa kejadian dimana barang yang dikirim tidak sesuai dengan permintaan dan harapan konsumen. Contoh kasusnya adalah dimana ketika konsumen memesan barang warna *dark blue* yang datang warna *snow*, yang difoto dan iklan kelihatannya bahannya bagus, ternyata jauh dengan kenyataan barang yang datang. Selain itu juga terkadang ukurannya juga tidak sesuai dengan keinginan dan persepsi konsumen. Mengingat semakin meningkatnya konsumen yang berbelanja melalui *online shop*, maka kualitas produk yang diperjualbelikan sangat penting untuk diperhatikan karena konsumen tidak dapat melihat dan memegang secara langsung produk yang akan mereka beli, sehingga nantinya konsumen tidak merasa kecewa saat produk sudah diterima.

Apabila kualitas produk yang kurang bagus serta tidak mampu memberikan kepuasan, kemungkinan konsumen enggan untuk melakukan keputusan pembelian. Konsumen yang memiliki persepsi yang baik terhadap kualitas produk, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Selain itu kualitas produk yang dikenal dengan baik diharapkan akan mampu menarik perhatian yang besar sehingga dapat menjadikan konsumen untuk berbelanja.



Bagi calon pembeli, faktor kepercayaan konsumen juga menjadi hal yang paling penting dan berpengaruh dalam hal transaksi online. Hal ini dikarenakan sebelum produk dibeli oleh konsumen, kepercayaan konsumen harus mampu dibangun dan dijaga oleh produsen maupun perusahaan, hal ini dikarenakan supaya konsumen tertarik dan timbul minat untuk membeli dan konsumen dapat percaya akan produk yang sedang ditawarkan. Jika konsumen dapat percaya akan tokoh online yang hendak dia targetkan untuk berbelanja, maka besar kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian di tokoh tersebut. Dalam hal berbelanja online, kepercayaan konsumen terhadap suatu portal akan muncul apabila keadaan produk aslinya sesuai dengan gambar dan deskripsi yang ada di portal dan juga original.

Melalui pengalaman dan ulasan pelanggan yang telah tersedia oleh aplikasi Shopee, ada berbagai keluhan yang dirasakan konsumen karena kualitas produk yang mereka harapkan tidak sesuai dengan harapan mereka. Sehingga dapat memberikan dampak kepada kepercayaan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Konsumen juga ada yang kurang puas oleh karena, pengiriman produk yang terlambat atau melebihi batas waktu yang telah dibuat sebelumnya. Dapat dilihat dari ulasan yang disampaikan dan juga rating yang diberikan konsumen. Dalam berbelanja online, kepercayaan konsumen merupakan sebuah kondisi kritis yang sangat berpengaruh akan minat dan keputusan untuk membeli karena kejadian penipuan di online shop sudah tidak sedikit. Apabila kepercayaan dalam melakukan pembelian sudah rusak, maka transaksi jual beli tidak akan terlaksana.

Disaat konsumen merasa tidak puas karena kualitas produk tidak seperti harapannya, hal ini akan memberikan penilaian yang kurang memuaskan sehingga akan memengaruhi kepercayaan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan fenomena permasalahan tersebut, maka penulis memiliki ketertarikan untuk mengkaji dan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Kota Batam”**.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah yaitu:

1. Pelanggan yang kurang puas karena produk yang datang dalam kondisi rusak.
2. Produk yang dipesan tidak sesuai dengan pesanan.
3. Kualitas produk yang tidak sesuai dengan harapan konsumen.
4. Pengiriman barang yang tidak sesuai dengan harapan konsumen karena lebih lama dibandingkan dengan perkiraan diwaktu baru *Check Out*.
5. Terjadinya penurunan pengunjung bulanan yang ada pada situs Shopee.

### **1.3 Batasan Masalah**

Karena tidak cukup waktu dan biaya, penulis hanya memfokuskan penelitian pada kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee di kota Batam.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dengan melihat fenomena dan kenyataan yang ada, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Shopee ?
2. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi shopee ?
3. Apakah kualitas produk dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Shopee ?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Dengan melihat rumusan masalah yang dijelaskan sebelumnya, adapun tujuan yang ingin diperoleh dari objek penelitian ini yaitu antara lain:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Shopee.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi shopee.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan kualitas produk dan kepercayaan konsumen secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Shopee.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat berguna untuk dijadikan bahan menambah serta memperluas ilmu dan wawasan mengenai pengaruh kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Diharapkan penelitian ini menjadi bahan referensi untuk pembaca dan peneliti selanjutnya.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini, yakni:

#### **1. Bagi Peneliti**

Manfaat studi ini bagi peneliti yaitu sebagai media guna mengembangkan ilmu dan wawasan dalam menyelesaikan permasalahan serta juga memberi sumbangan pemikiran menurut disiplin ilmu yang didapatkan sepanjang masa perkuliahan serta penerapan di lapangan.

#### **2. Bagi Civitas Akademik**

Sebagai bahan perbandingan atau kajian dalam penelitian di masa mendatang serta bisa dipergunakan sebagai sumber referensi yang bisa menambah wacana baru sebagai sumber pustaka untuk di penelitian berikutnya.

#### **3. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan terhadap para penjual di Shopee agar menjaga bahkan meningkatkan kualitas produk dan layanan agar mendapatkan kepercayaan konsumen yang bagus sehingga dapat meningkatkan penjualan.