

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman yang semakin maju ini persaingan *e-commerce* semakin ketat, *e-commerce* muncul di Indonesia pada tahun 1999. Segala aktivitas dapat dilakukan secara efektif dan efisien yang didukung dengan teknologi. Perusahaan mengambil kesempatan pada teknologi yang sudah maju ini sehingga perusahaan dapat membesarkan jaringan bisnisnya lebih luas. Dan untuk para pebisnis dapat memanfaatkan dengan adanya internet untuk berjualan di sosmed melalui jaringan internet. Selama beberapa tahun terakhir bisnis online berkembang sangat pesat dan sangat diminati oleh konsumen, dengan adanya bisnis online dapat membantu konsumen dalam mendapatkan suatu produk. Bisnis online juga sangat dipercayai oleh konsumen dengan berbelanja konsumen bisa lebih santai, hemat tenaga dan lebih dipermudah lagi di dengan adanya paket Cash on Delivery (COD) yaitu bayar ditempat yang mampu membuat konsumen lebih percaya dalam berbelanja di *e-commerce*.

Masing-masing perusahaan harus bersaing dalam menciptakan keputusan pembelian baru dan mempertahankan konsumen lama. Perusahaan juga harus memiliki strategi dalam mempertahankan kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan

pembelian. Salah satu *marketplace* di Indonesia yaitu Tokopedia oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009. Tokopedia merupakan sebuah aplikasi jual beli produk secara online dengan menawarkan berbagai ragam produk. Tidak hanya Tokopedia, banyak *marketplace* lainnya yang merupakan pasar online yang memperjualbelikan. Sehingga banyak pertimbangan para konsumen dalam memilih tempat berbelanja online.

Manfaat yang diberikan *marketplace* kepada konsumen yaitu dapat mempermudah konsumen dalam berbelanja tanpa harus mengeluarkan tenaga cukup dengan menggunakan jaringan internet dimanapun bisa diakses. Jarak bukanlah masalah untuk melakukan keputusan pembelian, barang yang berada di luar negeri sekalipun kita bisa membelinya hanya dengan menggunakan *marketplace*, semakin majunya teknologi sekarang sudah banyak perusahaan jasa yang bekerjasama dengan perusahaan online demi mewujudkan keinginan *customer*. Keunggulan dari *marketplace* Tokopedia yaitu dapat mempermudah pertanyaan terkait produk dengan adanya live chat, kolaborasi dengan perusahaan jasa seperti JNE, J&T, SICEPAT, dan POS KILAT. Sehingga dapat lebih meyakinkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dengan adanya *marketplace* dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan pembelian produk yang diinginkan dengan menggunakan *gadget* masing-masing.

Kualitas produk ialah hasil output dari produk itu sendiri yang dapat memberikan manfaat kepada pengguna. Kualitas produk yang sangat berpengaruh pada keputusan pembelian, terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi kualitas produk yaitu sumber daya manusia, manajemen, budget, bahan baku, mesin dan peralatan.

Kualitas Produk merupakan sebuah keunggulan produk itu sendiri untuk memperlihatkan fungsinya (Rustam, 2019). Kualitas Produk ialah kemampuan dari produk tersebut yang mampu menghasilkan daya tahan, ketepatan operasi dan perbaikan (Saragih, MM., 2018). Kualitas Produk merupakan hasil output keseluruhan produk yang dihasilkan melawati beberapa tahapan pemeliharaan guna menghasilkan produk yang diinginkan konsumen (Ibrahim & Thawil, 2019).

Namun jika ingin mendapatkan kualitas produk yang diharapkan maka, standarisasi sangat diperlukan, Guna menjaga kualitas agar pelanggan tidak kabur dari perusahaan pada produk yang diperjualbelikan. Maka pelanggan akan menilai produk tersebut berkualitas atau tidak. Maka dari itu perusahaan terus bersaing untuk dapat menciptakan produk yang berkualitas demi menjaga keberlangsungan hidup perusahaan.

Kualitas pelayanan ialah harapan yang diinginkan oleh konsumen pada saat bertransaksi antara penjual dengan pembeli tentunya penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sangat

berpengaruh (Ibrahim & Thawil, 2019). Jika kualitas pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen maka, akan menimbulkan nilai positif untuk perusahaan. Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang berfokus pada kebutuhan dan keinginan konsumen dan mampu memenuhi harapan konsumen (Arianto, 2018). Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis pelayanan yang diterima oleh konsumen tanpa harus membeda-bedakan yang telah disiapkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan sebuah keadaan dimana keadaan tersebut berdampak pada produk, jasa, bahkan sumber daya manusia serta proses lingkungan yang dapat mempengaruhi pelayanan (Manengal et al., 2021). Kualitas Pelayanan adalah tingkat layanan yang dapat memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen (Armaniah et al, 2019).

Dari kualitas pelayanan dapat menciptakan rasa puas pada pelanggan. Sehingga, kepuasan yang dirasakan ialah harapan yang diinginkan perusahaan karena akan menjadi bahan persaingan antara perusahaan. Perusahaan harus memberikan pelayanan yang sebaik mungkin untuk pelanggan. Pelayanan yang berkualitas sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam membentuk kepuasan masyarakat. Kualitas Pelayanan menjadi tolak ukur suatu keberhasilan untuk menjamin kepuasan pelanggan. Apabila konsumen merasakan hal yang positif atas tindakan yang dilakukan maka, konsumen akan berusaha loyalitas terhadap perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan yang

memuaskan bisa diberikan perusahaan ketika mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen dan mempraktekan langsung dalam dunia nyata.

Promosi merupakan kegiatan pemasaran dalam melaksanakan aktivitas dengan tujuan dapat mempengaruhi konsumen atas informasi dan keunggulan yang diberikan supaya konsumen dapat membuat keputusan pembelian dan menjadi konsumen loyal (Lestari & Saifuddin, 2020). Promosi adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan dengan tujuan memberikan informasi, mempengaruhi, atau mengingatkan masyarakat agar dapat membeli dan loyal terhadap produk tersebut (Sani et al., 2022).

Promosi penting untuk dilakukan perusahaan karena dengan adanya promosi perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Promosi merupakan aktivitas pemasaran yang meliputi komunikasi dengan tujuan memberitahukan produk yang sedang dipasarkan kepada masyarakat. Sehingga, promosi harus dilakukan sesuai dengan produk, harga, dan distribusi yang mementingkan prospek.

Keputusan pembelian merupakan hasil atas pilihan konsumen yang melalui beberapa tahapan seperti melihat merek yang diinginkan (Evan Saktiendi et al., 2022). Keputusan pembelian merupakan tahapan terakhir dalam kegiatan pemasaran yang menentukan apakah konsumen akan membeli produk tersebut atau tidak (Winasis et al., 2022).

Keputusan pembelian adalah tahapan pemilihan alternatif yang dapat menentukan keputusan pembelian, maksudnya adalah jika konsumen dapat membuat keputusan pembelian maka tersedia beberapa pilihan alternatif atas pilihan tersebut (Manajemen et al., 2022).


Keputusan Pembelian ialah keputusan terakhir dalam membeli produk atau jasa dari berbagai pertimbangan yang dilakukan. Keputusan Pembelian mampu menggambarkan sejauh mana pemasar dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Dalam tahap Keputusan Pembelian dapat membentuk preferensi konsumen dari berbagai pilihan yang akhirnya mampu membuat keputusan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Keputusan Pembelian yang dilakukan melibatkan aktivitas fisik (kegiatan konsumen melalui tahapan proses keputusan pembelian) dan aktivitas mental (saat konsumen menilai suatu produk yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan individu).

Namun, semakin banyak kualitas produk yang bersaing antara *marketplace* akan membuat keputusan pembelian konsumen lebih dominan. dalam menarik konsumen untuk berbelanja di toko yang ada di Tokopedia berikut adalah kualitas produk toko Jiniso.id yang ada di Tokopedia.

Tabel 1.1 Masalah Kualitas Produk toko Jiniso.id pada Tokopedia

No	Periode	Nama	Kasus
1	26 Juni 2022	A***i	Konsumen mendapatkan produk celana yang dikirim jahitannya tidak rapi, dan apabila ingin melakukan retur ongkir ditanggung pembeli
2	14 Juli 2022	Novi	Konsumen mendapatkan produk celana yang dikirim terdapat stritch bergaris terlihat sangat jelas
3	08 September 2022	F***h	Konsumen mendapatkan produk celana yang dikirim terdapat jahitannya tidak bisa dibuka sehingga tidak bisa dipakai
4	22 September 2022	Y***a	Konsumen mendapatkan produk ada bercak noda, dan tidak tahu apakah noda tersebut bisa hilang setelah dicuci.

Sumber: Jiniso.id, (2022)




JINISO Fuji Jacket Jeans Oversize Zip Black Oreo
Variasi: Semua Ukuran

8 bulan lalu

A***i

Banyak banget jaitannya yang ga rapi. Baru pertama nyoba brand ini tapi harga normal baju 500rb kualitas kyk gini tuh ga happy pas nerima barang. Padahal model bajunya ok. Gw beli harga diskon di 200k pun ga ngerasa baju ini cukup worth it dengan jaitan yg ga rapi dan keliatan(benang putih di atas baju hitam) Mau komplain tp kalau retur atau tukar disini ongkir di tanggung kita. Bisa ktairn tp harus upload ktp. Chat admin di suruh whatsapp admin. Lagl ga mood aja ribet dan lbh ringkes ngasi review agar Jiniso bisa lebih baik lg kedepannya dengan terima masukan dr customer. Thank




JINISO - Highwaist Mom Jeans Black Acid 350 - 360 BREAK FREE
Variasi: 33

7 bulan lalu

NOVI

maaf saya berikan Bintang 2 karna baru pertama kali Order sdh kecewa,, bagian celana sebelah kiri bawah pas di bagian tulang kering itu Celana terdapat Stritch (bergaris nampak jelas) Foto Terlampir 📷
[Tutup Ulasan](#)




JINISO - 1set Kancing Pengecil Jeans Adjustable Unisex

5 bulan lalu

F***h

krng teliti ada yg gk biisa di buka jd gmna saya mau makenya :(

Kendala: Kualitas barang bermasalah



JINISO - Fuji Jacket Jeans Oversize
Variasi: BOMBER BLUEACID

4 bulan lalu

y***a

dikirim yg ada bercak noda, next kualitas kontrol diperhatikan.. semoga nodanya ilang pas di cuci

Kendala: Kualitas barang bermasalah


Kualitas produk pada toko Jiniso.id diatas, maka dapat diketahui adanya kendala dari tabel 1.1 yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen akan toko Jiniso.id yang ada di Tokopedia yaitu kualitas produk yang berdampak pada keputusan pembelian konsumen. Dimana terlihat pada tabel 1.1 konsumen atas nama A***I Mendapatkan produk yang dikirim jahitannya tidak rapi, dan apabila ingin melakukan *retur* ongkir ditanggung oleh pembeli. Terlihat juga pada tabel berikutnya konsumen atas nama Novi mendapatkan produk celana yang dikirim terdapat *Strich* bergaris sehingga terlihat sangat jelas. Sedangkan konsumen atas nama F***h mendapatkan produk celana yang dikirim memiliki jahitan yang tidak bisa dibuka sehingga tidak bisa dipakai. Kemudian atas nama y***a mendapatkan produk yang ada bercak noda, dan tidak tahu apakah noda tersebut bisa hilang saat dicuci. Sehingga dengan adanya masalah ini mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Tidak hanya kualitas produk, kualitas pelayanan juga sangat penting dilakukan oleh perusahaan. Dalam menarik konsumen untuk berbelanja di toko yang ada pada Tokopedia berikut adalah permasalahan kualitas pelayanan toko Jiniso.id yang ada di Tokopedia.

Tabel 1.2 Masalah Kualitas pelayanan toko Jiniso.id pada Tokopedia


No	Periode	Nama	Kasus
1	24 Maret 2022	Habib	Konsumen mendapatkan produk celana dengan kualitas yang rusak
2	19 Mei 2022	Nha	Konsumen memesan produk celana yang ukurannya tidak bisa ditukar size, akhirnya barang tidak bisa dipakai
3	11 Agustus 2022	Muna	Konsumen memesan produk jilbab dua warna yang berbeda, tetapi yang datang malah satu warna
4	11 Agustus 2022	Boby	Konsumen mendapatkan produk yang tidak sesuai dengan ukuran yang dipesan


Sumber: Jiniso.id, (2022)




JINISO T-Shirt Vintage Eagle Thunder Oversize Tee | Kaos
Varian: CHARCOAL - L

⭐⭐⭐⭐⭐ Lebih dari 1 tahun lalu

 **Habib**
Parah dikasi barang rusak, seharusnya dicek dulu sebelum dikirim





👍 1 orang terbantu



JINISO - Highwaist Mom Jeans Khaki 357 - 367 BREAK FREE
Varian: 29


⭐⭐⭐⭐⭐


 **Nha**
hanya di toko ini saja yg gak bisa tuker size gra gra kekecilan. gak ada kebijakan yg tepat dr tokonya. akhirnya celana gak kepake. tokonya angkuh.. kapok.. ogah beli di toko ini lagi.
[Tutup Ulasan](#)



JINISO - AURA Active Hijab Pashmina Shawl
Varian: MATCHA LATTE


⭐⭐⭐⭐⭐ 6 bulan lalu

 **Muna**
jilbabnya licin, bolah balik perbaiki jilbab, padahal saya pesan 2 warna, qo dikirim 2 warna yg sama
Kendala: Kualitas barang bermasalah



JINISO T-Shirt Paranoid Oversize Tee | Kaos
Varian: Hitam - XL

⭐⭐⭐⭐⭐ 6 bulan lalu

 **Boby**
Salah kirim ukuran minta ditukar koq tidak ada dikirim balik? Walaupun memang di kembalikan uangnya oleh Tokopedia tetapi kalau memang tdk ada ukurannya lebih baik ditolak dari awal sehingga saya tidak perlu melaporkan dsb. Semoga bs jd petajaran buat seller sehingga bs lebih baik lagi!
[Tutup Ulasan](#)

Dapat dilihat dari kualitas pelayanan diatas pada gambar tabel 1.2 terdapat kendala yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. konsumen atas nama Habib mendapatkan pelayanan pada produk celana yang dibeli atau dikirim dengan kualitas yang rusak, Kemudian konsumen atas nama Nha mendapatkan pelayanan dengan membeli produk celana yang tidak bisa ditukar size, akhirnya barang tidak bisa dipakai. Sedangkan konsumen atas nama Muna mendapatkan pelayanan yang buruk atau pesanan tidak sesuai dengan warna yang dipesan Dan ada juga Bobby mendapatkan produk yang tidak sesuai dengan ukuran yang dipesan. Sehingga dengan adanya masalah ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Selain kualitas produk, adanya Promosi yang menjadi bahan pertimbangan keputusan pembelian konsumen, dalam menarik konsumen untuk berbelanja di toko yang ada di Tokopedia berikut adalah permasalahan kualitas pelayanan toko Jiniso.id yang ada di Tokopedia.

Tabel 1.3 Perbandingan Promosi Antara Toko

No	Tanggal	Jiniso.id	Ketentuan	Perpp Studio Official Store	Ketentuan
1	12 Oktober 2022	Promo Cashback	Cashback 25.000.00 min. transaksi 500.000,00	Promo Cashback	Cashback 1% min. transaksi 10.000,00



Sumber: Olah data peneliti, (2022)

Promosi diatas akan menarik perhatian konsumen untuk membeli produk, terlihat pada tabel promosi-promosi yang diberikan toko Jiniso.id berbeda dengan toko Pepp Studio Official Store. Dimana pada tabel 1.3 promo cashback yang diberikan pada toko Jiniso.id sebesar Rp30.000 dengan minimal belanja Rp650.000, sedangkan promo cashback pada toko Perpp Studio Official Store sebesar Rp80.000 dengan minimal belanja Rp150.000. hal ini menunjukkan bahwa cashback yang diberikan toko Jiniso.id minimal transaksinya lebih besar dan cashback yang diberikan lebih kecil daripada toko Prepp Studio Official Store. Terlihat juga pada tabel berikutnya cashback sebesar Rp5.000 yang diberikan dengan syarat follow akun toko Jiniso.id lebih kecil dibandingkan follow toko Perpp Studio Official Store dengan cashback yang diberikan sebesar Rp20.000. hal ini tentu akan menarik perhatian konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

Penjelasan diatas bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen

pada toko Jiniso.id. sehingga, penulis tertarik untuk mengambil penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKOPEDIA”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah yang terjadi maka diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Konsumen mendapatkan produk yang dikirim tidak sesuai dengan apa yang dipesan
2. Tingkat pelayanan yang diberikan toko Jiniso tidak sesuai dengan apa yang konsumen harapkan
3. Promosi berlangsung singkat dan konsumen harus memenuhi persyaratan khusus untuk mendapatkannya, promosi kompetitor lebih menarik dibandingkan Jiniso,id sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dapat dilihat bahwa:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi sebagai variabel bebas,

keputusan pembelian konsumen sebagai variabel terikat pada toko Jiniso.id yang ada di Tokopedia.

2. Objek penelitian ini dibatasi pada konsumen Jiniso.id pada Tokopedia di kecamatan Lubuk Baja Kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Dilihat dari latar belakang, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berdampak positif pada keputusan pembelian pada toko Jiniso.id di *marketplace* Tokopedia?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berdampak positif pada keputusan pembelian pada toko Jiniso.id di *marketpace* Tokopedia?
3. Apakah Promosi berdampak positif pada keputusan pembelian konsumen pada toko Jiniso.id di *marketplace* Tokopedia?
4. Apakah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi berdampak positif pada keputusan pembelian pada toko Jiniso.id di *marketplace* Tokopedia?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah, maka peneliti menentukan tujuan penelitian dengan rincian sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Jiniso.id di *marketplace* Tokopedia.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Jiniso.id di *marketplace* Tokopedia.
3. Untuk mengetahui apakah promosi memiliki pengaruh terhadap terhadap keputusan pembelian pada toko Jiniso.id di *marketplace* Tokopedia

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Supaya penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta wawasan dari konsep manajemen pemasaran yang mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Jiniso.id di *marketplace* tokopedia.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Dengan harapan bisa menambah wawasan serta masukan atas kekurangan yang terjadi, dan bisa dipertimbangkan kembali

masukan dari penelitian ini dan dijadikan masukan dalam tingkat keputusan pembelian

2. Bagi Universitas Putera Batam

Dengan adanya riset ini bisa dijadikan bahan referensi untuk mempermudah informasi untuk melaksanakan penelitian selanjutnya dengan objek yang sama.

3. Bagi Peneliti

Harapannya penelitian ini bisa menambah wawasan dan menambah ilmu pengetahuan terkait keputusan pembelian pada *marketplace*

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Harapnya penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya terkait variabel yang diambil.