

# **BAB I**

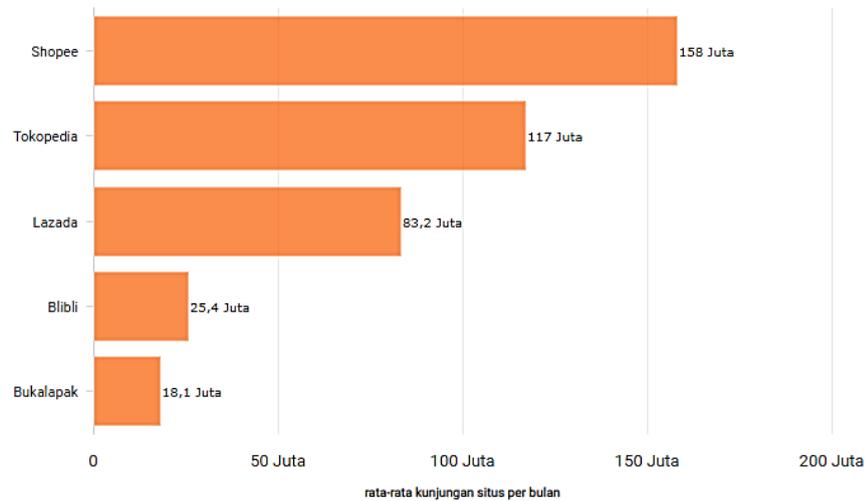
## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

*Fashion* merupakan kebutuhan primer yang semakin berkembang dalam dunia industri, daya dukung informasi dan teknologi, gaya berbusana yang menunjukkan eksistensi seseorang dalam komunitasnya. Hal itu memicu terjadinya peningkatan belanja *fashion* di Indonesia, oleh karena itu permintaan pasar *fashion* semakin diminati dan berdampak pada persaingan bisnis yang semakin ketat. Pada tingkat persaingan bisnis yang sangat kompetitif, konsumen akan sangat selektif pada saat pembelian terhadap suatu produk.

Perkembangan teknologi digital berhasil menciptakan infrastruktur informasi yang dikenal dengan internet. Seperangkat jaringan elektronik yang berguna untuk memfasilitasi transisi informasi dan komunikasi interaktif, yang digunakan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi baru dalam ekonomi digital. Hal ini telah mempengaruhi budaya masyarakat dengan *trend* belanja *online* sebagai pengambilan keputusan yang cepat tanpa terikat ruang dan waktu.

Shopee merupakan salah satu dari sekian banyak perusahaan yang memanfaatkan peluang dengan mengaktifkan pasar seluler untuk memfasilitasi transaksi jual beli melalui unit seluler, Shopee termasuk dalam 5 besar *e-commerce* yang paling banyak digunakan di Indonesia.



**Gambar 1.**

### **5 E-commerce Dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2023)**

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Berdasarkan data diatas, Shopee merupakan *e-commerce* dengan jumlah kunjungan website terbanyak di Indonesia pada kuartal I tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki preferensi yang cukup tinggi untuk belanja *online* lebih efektif. Banyak orang menikmati kemudahan dalam menjual beli *online*.

Shopee telah beroperasi sejak 2015 dan dipimpin oleh Chris Feng adalah anggota grup SEA berbasis di Singapura. Shopee adalah platform dengan penawaran berbagai jenis barang *online* mulai dari *fashion*, peralatan rumah tangga, perlengkapan perjalanan, buku, elektronik, aksesoris game, perlengkapan olahraga, perlengkapan bayi, alat kesehatan dan produk kecantikan, dan lain-lain.

Shopee memiliki fitur layanan sosial inovatif yang membuat pembelian dan penjualan menjadi lebih mudah dan menyenangkan salah satunya yaitu *online customer review*.

Sumber : <https://shp.ee/5y4bmp4>



**Gambar 2.**

### **Rating dan Review Sangat Baik Toko Walk Group**

Gambar diatas merupakan contoh review yang sangat baik dari pelanggan *e-commerce* shopee yang sudah membeli produk, terlihat ada beberapa calon pelanggan yang merespon bahwa *reviewnya* membantu mereka dalam memutuskan pembelian produk tersebut.



**Gambar 2.**

### **Rating dan Review Sangat Buruk Toko Walk Group**

*Sumber : <https://shp.ee/5y4bmp4>*

Adapun masalah dari *online customer review* untuk perusahaan merupakan *Electronic Word of Verbal*, jadi di luar kendali seperti pada Gambar.3 diatas, namun hal ini sangat berguna bagi konsumen karena lebih jujur konsumen tentu tidak berniat untuk membeli barang yang memiliki rating atau *review* buruk. Tapi ada juga pelanggan tidak melihat rating dan *review* dari pembeli lain, bagi beberapa orang dari mereka produk tersebut menarik dengan harga yang wajar terjangkau, maka mereka langsung membeli tanpa melihat *review* konsumen lainnya.

Hal lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk, kualitas produk pada dasarnya merupakan salah satu cara yang di berikan oleh produsen untuk menjamin produk yang di tawarkan dapat memenuhi kebutuhan serta mampu memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen. Tidak dapat dipungkiri bahwa konsumen cenderung akan melakukan pembelian secara berulang ketika konsumen merasa cocok dan

puas terhadap produk tersebut. Biasanya konsumen akan memberikan penilaian dalam menentukan hingga melakukan sebuah pengambilan keputusan yang mereka buat, terutama pada produk-produk yang menurut mereka berkualitas.

Soal kualitas sebuah produk dalam dunia bisnis sepertinya sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh seorang pengusaha agar tetap bisa bertahan dalam bisnis yang di tekuninya. Salah satu alasan suatu produk laris dipasaran adalah karena faktor kualitas produknya sendiri yang bisa sesuai dengan keinginan konsumen.



**Gambar 3.**

### **Data Penjualan Toko Walk Group**

*Sumber: Admin Toko Walk Group*

Dari data yang tertera di gambar 4 dapat disimpulkan bahwa *review* pelanggan *online* dan kualitas produk adalah faktor penentu penting dalam keputusan pembelian di Toko Walk Group.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti memilih Shopee karena Shopee menjadi pasar paling populer dan disukai oleh generasi milenial saat ini. Peneliti juga riset pengguna pasar Shopee secara umum di Indonesia, dimana kita bisa melihat banyak sekali situs jual beli online di Indonesia tapi sejauh ini Shopee mampu bertahan dan disukai oleh berbagai kalangan masyarakat di Indonesia. Shopee berkaitan erat dengan milenial dan dewasa karena banyaknya produk ditawarkan dengan berbagai harga dan kualitas serta kuantitas barang yang dijual dengan kualitas yang sama tetapi ulasan, peringkat, dan penawaran berbagai promosi.

Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana konsumen Shopee di Indonesia untuk membuat keputusan pembelian yang baik yang melihat berdasarkan kualitas produk dan *online customer review*, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DI TOKO WALK GROUP MELALUI *E-COMMERCE SHOPEE*”**

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Kualitas produk merupakan hal yang penting dalam memutuskan pembelian.
2. *Review* positif berpengaruh terhadap pendapatan Toko Walk Group.

### **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian berfokus pada masalah, maka disajikan batasan sebagai berikut:

1. Penelitian berfokus pada pengaruh kualitas produk dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di toko walk group melalui e-commerce shopee.
2. Responden pada penelitian ini adalah customer toko walk group.

### **D. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk *fashion*?
2. Apakah online customer review berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk *fashion*?
3. Apakah online kualitas produk dan *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk *fashion*?

### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di toko walk group melalui e-commerce shopee.
2. Untuk mengetahui *online customer review* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di toko walk group melalui e-commerce shopee.

3. Untuk mengetahui kualitas produk dan *online customer review* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk *fashion* ditoko walk group melalui e-commerce shopee.

## **F. Manfaat Penelitian**

### 1. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah ilmu dan pengetahuan dibidang pemasaran mengenai pengaruh kualitas produk dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian, baik untuk penulis maupun pembaca.
- b. Dapat dijadikan sebagai sumber referensi guna mengembangkan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian bagi mahasiswa yang membutuhkan acuan maupun bagi kalangan umum.

### 2. Secara Praktis

#### a. Bagi Peneliti

Sebagai kesempatan dalam menerapkan teori yang telah didapatkan selama menjalani pendidikan dibidang pemasaran dalam karya nyata, selain itu peneliti dapat mengetahui apakah kualitas produk dan *online customer review* memberikan pengaruh signifikan atau tidak terhadap keputusan pembelian produk *fashion* terutama ditoko walk group melalui *e-commerce* shopee.

b. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pelaku usaha online terkait hal-hal sederhana yang mempengaruhi penjualan produk, salah satunya kualitas produk dan *online customer review* di *e-commerce* shopee.

c. Bagi Masyarakat

Dapat memberikan informasi mengenai pentingnya mengetahui harga dan *online customer review* sebelum melakukan pembelian pada toko online terutama di *e-commerce* shopee.

## G. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian digunakan untuk menyajikan secara garis besar isi dari setiap bab skripsi, sehingga pembaca mengetahui gambaran secara umum yang akan dibahas dari keseluruhan isi penelitian. Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut :

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai gambaran umum penelitian yang menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan dan sistematika penelitian

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan kaitan literatur manajemen pemasaran yang melandasi variable pengaruh online

customer rating dan online customer review terhadap keputusan pembelian. kerangka pemikiran, penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian.

### **BAB III           METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai metode penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

### **BAB IV           PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan dari hasil penelitian.

### **BAB V           KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan akhir dari penelitian yang menyajikan kesimpulan penelitian dan saran penelitian.