

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi serta teknologi yang terus berkembang saat ini pemasaran dapat menerapkan suatu teknologi baru yang cepat dan mampu menjangkau konsumen secara global dalam waktu singkat dan dana yang tidak terlalu besar. Perusahaan dapat menerapkan suatu metode pemasaran dengan menggunakan media elektronik yang lebih murah yaitu internet, Internet bukan lagi sesuatu yang asing dalam masyarakat. Kehadiran internet seolah menghilangkan batas jarak dan waktu untuk memperoleh informasi. Setiap orang juga dapat berkomunikasi dengan orang lain di negara manapun di dunia. Perkembangan internet juga telah mempengaruhi perkembangan ekonomi. Berbagai transaksi jual beli yang sebelumnya hanya bisa dilakukan dengan cara tatap muka atau melalui telepon kini jauh lebih mudah karena dilakukan melalui internet. Perkembangan teknologi semakin memperluas perdagangan bebas seolah-olah perdagangan menjadi tanpa batas ruang dan waktu. Hal ini menyebabkan semakin tinggi pula persaingan yang harus dihadapi oleh onlineshop Bydewiariyanti.

Pemilik Toko hijab Bydewiariyanti harus jeli dalam menentukan strategi pemasaran produknya agar menjadi pilihan

konsumen. Pemahaman akan keadaan pasar dan perumusan strategi pasar yang tepat akan membantu perusahaan dalam memenangkan persaingan pasar. Salah satu strategi yang dilakukan onlineshop Bydewiariyanti adalah dengan promosi online atau yang disebut juga pemasaran online yang merupakan salah satu dari unsur-unsur bauran pemasaran, yaitu perantara antara produsen dengan konsumen dalam berkomunikasi.

Promosi yang dilakukan juga telah mengalami pergeseran, dimana banyak yang beralih dari promosi melalui media cetak beralih ke promosi melalui internet yang salah satunya adalah media sosial. Media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram kini dijadikan media promosi karena media sosial telah menjadi platform yang kerap digunakan konsumen ketika menghabiskan waktunya secara online. Jadi, media sosial menjadi tempat yang tepat untuk mempromosikan produk ke konsumen sehingga perusahaan dapat menekan biaya pemasaran serta dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan menerapkan metode pemasaran ini maka dapat terjalin suatu hubungan antara pelanggan dengan produsen. Untuk melancarkan kegiatan pemasaran, diperlukan manajemen pemasaran yang unggul.

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan,

menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen. Perusahaan dalam memenangkan persaingan harus menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah ubah. Maka dari itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian konsumen dalam memilih atau menentukan merek hijab bukanlah terjadi begitu saja, banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, misalnya kualitas produk, Promosi, dan *brand trust*. Persaingan seperti sekarang ini perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan dan ketidaktergantungan pada produk lain.

Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan tertanam di benak konsumen, karena konsumen bersedia

membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Onlineshop Bydewiariyanti senantiasa berusaha menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dibandingkan pesaing lain. Jika suatu perusahaan mampu memenuhi harapan konsumen atau bahkan melebihi harapan konsumen dan memberikan jaminan kualitas pada setiap penggunaannya maka konsumen akan semakin yakin dengan pilihannya dan konsumen akan memiliki kepercayaan kepada merek. Kepercayaan merek (*Brand trust*) akan menentukan pembelian konsumen terhadap merek dan kepercayaan akan berpotensi menciptakan hubungan hubungan yang bernilai tinggi.

Munculnya berbagai macam produk dalam satu kategori dengan kualitas produk yang sudah menjadi standar dan dapat mudah ditiru dan dapat dimiliki oleh siapapun mengakibatkan sulitnya suatu perusahaan untuk mempertahankan dirinya sebagai pemimpin pasar, untuk mengatasi penetrasi yang dilakukan oleh competitor maka perusahaan akan tetap menjaga pangsa pasarnya salah satunya dengan membentuk citra merek yang kuat oleh perusahaan , tanpa citra merek yang kuat dan positif sangatlah sulit bagi perusahaan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan kepercayaan merek (*brand trust*) konsumen.

Onlineshop Bydewiariyanti merupakan toko online yang menjual berbagai aneka hijab untuk kebutuhan wanita yang mulai berdiri dari tahun 2018. Hijab berarti sesuatu yang berfungsi menutup keindahan wanita dari penglihatan orang lain selain suami dan sanak saudaranya, dan juga hijab berarti memisahkan kontak tubuh (bersentuhan, bersenggolan, bersalaman, dsb) wanita dari laki-laki lain selain suami dan sanak saudaranya. Pola konsumsi produk fashion pada akhir-akhir ini mengalami peningkatan yang cukup pesat, remaja putri cenderung lebih tertarik mengkonsumsi produk fashion karena untuk mengikuti trend dan bergaya hidup modern sekarang ini sesuai dengan perkembangan jaman.

Gaya hidup yang berlebihan juga di sebabkan karena adanya pengaruh lingkungan sekitar, dan budaya modern yang ada sekarang ini. Ketika pola konsumsi yang cukup tinggi maka cenderung lebih konsumtif dalam belanja. Oleh karena itu, dengan semakin maraknya produsen yang menjual barang melalui online shop ini terutama produk fashion hijab lebih meningkat melakukan transaksi belanja online melalui melalui sosial media instagram karena untuk memenuhi kebutuhannya. Dimana dalam penelitian ini lebih fokus kepada produk fashion Hijab khusus bagi remaja putri karena jaman sekarang semakin berkembangnya produk hijab yang modern baik itu dari segi motif maupun model hijabnya, oleh karena itu pola konsumsi

yang tinggi cenderung lebih konsumtif. Dengan adanya hal ini peneliti ingin membuktikan benar tidaknya suatu transaksi jual beli secara online akan berhasil dengan dorongan Pemasaran online, Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek akan berpengaruh pada Keputusan Pembelian.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Online , Kualitas Produk, dan *Brand trust* terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada Onlineshop Bydewiariyanti”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Pemasaran Online berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Onlineshop Bydewiariyanti?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Onlineshop Bydewiariyanti?
3. Apakah *Brand trust* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Onlineshop Bydewiariyanti?
4. Apakah Pemasaran Online, Kualitas Produk, dan *Brand trust* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Onlineshop Bydewiariyanti?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk Mengetahui pengaruh Pemasaran Online terhadap Keputusan Pembelian pada Onlineshop Bydewiariyanti.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Onlineshop Bydewiariyanti.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh *Brand trust* terhadap Keputusan Pembelian pada Onlineshop Bydewiariyanti.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Pemasaran Online, Kualitas Produk, dan *Brand trust* secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Onlineshop Bydewiariyanti.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari semua pembahasan sebelumnya, maka penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti
 - a. Sebagai bahan informasi dan Pengetahuan tentang Manajemen Pemasaran Pengetahuan
 - b. Sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh selama kegiatan perkuliahan dengan kebenaran yang ada dilapangan.
2. Bagi Universitas PGRI Adibuana Surabaya

Diharapkan hasil dari penelitian dapat menambah pustaka acuan untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam tentang pengaruh pemasaran online, kualitas produk, dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian konsumen dan menambah perbendaharaan referensi perpustakaan Universitas PGRI Adibuana Surabaya.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi bagi pihak pihak yang akan melakukan penelitian tentang Manajemen Pemasaran