

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era sekarang ini, potensi penggunaan internet semakin berkembang dan maju, internet memiliki keunggulan bagi penggunanya sendiri yaitu konsumen dapat mengakses 24 jam sehari dan menjadi sumber informasi potensial. Internet telah digunakan oleh semua kalangan usia, mulai dari anak-anak, remaja, orang tua hingga lanjut usia yang bisa mereka akses melalui tablet, komputer maupun *smartphone*. Dalam dunia bisnis, salah satu sistem yang populer dengan memanfaatkan teknologi internet adalah *e-commerce* atau sistem penjualan secara elektronik.

Saat ini konsumen Indonesia lebih tertarik dengan penggunaan media jual beli *online*, hal ini tidak lepas dari kemudahan yang di berikan oleh penggunaan media jual beli *online* salah satunya adalah mencari informasi produk dan juga ulasan atau *review* yang diberikan oleh konsumen sebelumnya. Aktivitas *e-commerce* salah satunya yang bisa dilakukan melalui *marketplace* seperti Shopee. Perkembangan penggunaan internet yang sangat besar tersebut memberi dampak pembelian produk secara *online* dan juga meningkat, fenomena belanja *online* saat ini menjadi tren di kalangan masyarakat dikarenakan masyarakat tidak perlu jauh-jauh lagi pergi ke toko atau pusat pembelanjaan, pembelian bisa dilakukan kapan dan dimana saja dan lebih efisien. Semakin berkembangnya zaman, hal yang mendorong kemajuan

teknologi membuat tingginya minat berbisnis secara *online* baik itu pihak penjual maupun pembeli. Berkembang pesatnya *e-commerce* di Indonesia tentunya didorong dengan kemajuan masyarakat yang memahami teknologi.

Terlebih lagi salah satu alasan masyarakat memilih belanja melalui *e-commerce* yaitu harga yang lebih murah. Hingga saat ini, perkembangan kegiatan belanja *online* pada *e-commerce* semakin meningkat. Ditambah lagi dengan adanya pandemi Covid-19 marketplace yang ada diprediksi akan menjadi semakin kuat.

Di Indonesia *marketplace* yang paling populer adalah salah satunya Shopee, diluncurkan di Indonesia pada bulan Juni 2015. Shopee merupakan sebuah platform yang disesuaikan untuk tiap wilayah dan menyediakan berbagai pengalaman berbelanja *online* yang mudah, aman, dan cepat bagi pelanggan melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat. Fenomena bisnis dalam *e-commerce* Shopee yang sekarang ini mengalami peningkatan, menurut data iPrice rata-rata pengunjung bulanan 132,77 juta untuk pada kuartal I 2022. Shopee dapat membantu para penjual lebih mudah menawarkan dagangan mereka dan membantu pembeli dalam melakukan transaksi serta berinteraksi langsung dengan para penjual melalui fitur live chatnya.

Sebelum memutuskan untuk membeli secara online biasanya banyak pertimbangan seperti melihat ulasan produk dan juga kualitas produk. Sebagian konsumen yang teliti akan melihat terlebih dahulu ulasan produk yang telah diberikan oleh konsumen sebelumnya, ulasan menjadi sangat penting bagi konsumen dikarenakan dari ulasan tersebut konsumen bisa mendapatkan informasi dari pelanggan sebelumnya. Ulasan

dari konsumen sebelumnya merupakan opini bahwa konsumen tersebut telah menerima layanan atau produk dari kegiatan transaksi yang telah dilakukan sebelumnya.

Menurut Lee et al, (2014) dalam (Latief & Ayustira,2020) menambahkan bahwa *review* adalah salah satu dari beberapa faktor yang menentukan keputusan pembelian seseorang, orang dapat mengambil jumlah review sebagai indikator popularitas produk atau nilai dari suatu produk yang akan mempengaruhi kemauan untuk memutuskan membeli.

Ulasan produk terletak pada fitur di *marketplace* Shopee dimana berguna untuk mengurangi resiko belanja selain itu konsumen juga dapat mengetahui dan meyakini bahwa produk yang akan dibeli oleh konsumen sesuai yang diharapkan.

Selain ulasan produk, hal yang dilihat oleh konsumen yaitu tentu saja kualitas produknya jika kualitas produk tersebut bagus maka akan menjadikan seorang konsumen tanpa rasa ragu lagi untuk membeli suatu produk. Konsumen yang teliti, akan selalu ingin mendapatkan kualitas produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar.

Kualitas produk adalah pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan satu tidak sama dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

Terjadinya hubungan timbal balik yang dilakukan oleh konsumen terhadap perusahaan, memberikan perusahaan

tersebut keuntungannya, perusahaan dapat mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen dan calon konsumen selanjutnya.

Ulasan produk dan kualitas produk sangat berguna untuk calon pembeli dalam memutuskan pembelian. Keputusan pembelian merupakan sebuah pilihan bagi konsumen untuk memecahkan persoalan sebelum memutuskan untuk membeli produk didalam *e-commerce*.

Sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian, konsumen akan melakukan beberapa tahap, yaitu dimana tahap tersebut akan menghasilkan keputusan baik itu membeli maupun tidak dan setelah membeli apakah konsumen akan puas atau tidak.

Beberapa penelitian terdahulu juga ikut andil dalam melakukan ide penelitian ini, yang pertama yaitu hasil penelitian dari Sri Mulyana (2021) yang meneliti tentang Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru, hasil penelitian tersebut yaitu Pengaruh ulasan terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online pada Shopee secara empiris membuktikan bahwa ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online pada Shopee. Penelitian yang kedua yaitu dilakukan oleh Nurafny Oktavia et,al(2022) yang meneliti Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee, hasil penelitian tersebut yaitu Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee yaitu variabel kualitas produk berpengaruh positif dan besar terhadap keputusan pembelian.

Merajuk dari latar belakang diatas maka penulis mengambil judul penelitian Pengaruh Ulasan Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online* pada Shopee

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian belanja online pada Shopee di Pepe Sedati?
2. Apakah ulasan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian belanja online pada Shopee di Pepe Sedati?
3. Apakah ulasan produk dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian belanja online pada Shopee di Pepe Sedati?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam pembelian belanja online pada Shopee di Pepe Sedati
2. Untuk mengetahui pengaruh ulasan produk terhadap keputusan konsumen dalam pembelian belanja online pada Shopee di Pepe Sedati
3. Untuk mengetahui pengaruh ulasan produk dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian belanja online pada Shopee di Pepe Sedati

1.4 Manfaat Penelitian

Adapaun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
 - a. Sebagai bahan pengetahuan untuk pengembangan wawasan bagi dosen maupun mahasiswa.
 - b. Untuk meningkatkan reputasi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dengan mengembangkan kualitas lulusan terbaik.
2. Bagi Pembaca dan Mahasiswa
 - a. Sebagai referensi dan sumber informasi dalam mengembangkan penelitian selanjutnya.
 - b. Untuk menemukan pengetahuan dan mengembangkan wawasan bagi mahasiswa dan pembaca
 - c. Untuk meningkatkan kemampuan menganalisis suatu masalah dalam sebuah penelitian.
3. Bagi Peneliti
 - a. Sebagai sarana belajar untuk mengintegrasikan pengetahuan dan keterampilan melalui penelitian.
 - b. Memberikan referensi tentang metode pendekatan yang sesuai

