

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku masyarakat di era modern ini identik dengan pola hidup konsumtif. Masyarakat disebut orang yang memiliki pola hidup konsumtif apabila senang membelanjakan uang tanpa pertimbangan secara matang. Sama halnya dengan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk dengan menghabiskan waktu dan uang tanpa berfikir dengan matang.

Sebagai konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan terlebih dahulu mulai dari harga, citra merek, dan kualitas produk, suatu produk harus memiliki keunggulan dari ketiga hal tersebut agar dapat menarik minat para konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Persepsi konsumen terhadap harga, citra merek dan kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli atau tidak produk tersebut.

Menurut web Shopee analytics (<https://www.shopeeanalytics.com/id/search/keyword?keyword=hijab>) tahun 2021 menyebutkan bahwa banyaknya konsumen yang mencari produk hijab sebesar 49.500 dalam waktu satu tahun sehingga menduduki posisi tertinggi sebagai produk yang paling banyak dicari oleh konsumen. Total omset penjualan fashion busana muslim mencapai Rp.300.000.000.000 per tahunnya. Salah satu toko yang ada di shopee yaitu toko online Jasmine Jillbab

diketahui mencapai target penjualan produk setiap bulannya mencapai 1.000 potong hijab, dengan harga produk satuannya diantara Rp. 8.000.-Rp.25.000/item produk.

Zaman yang semakin berkembang dan didukung dengan kemajuan teknologi yang pesat berpengaruh terhadap persaingan dalam dunia bisnis. Pemanfaatan teknologi dalam dunia bisnis dikenal dengan sebutan *E-Commerce*. *E-Commerce* adalah media elektronik yang digunakan untuk transaksi jual beli, dan media untuk promosi suatu produk secara online, seperti aplikasi Shopee, Tokopedia, Lazada dan masih banyak lagi lainnya. Berdasarkan survei yang pernah saya amati pada Kelurahan Menganti Gresik mayoritas masyarakat disana lebih memilih belanja hijab secara online terutama pada toko Jasmine Jilbab menggunakan aplikasi Shopee dengan alasan harga produk terjangkau.

Kemudahan berbelanja secara online menjadi salah satu keunggulan yang ditawarkan *E-Commerce* Shopee. Oleh karena itu, berbelanja menggunakan aplikasi Shopee sangat diminati oleh masyarakat. Banyaknya keuntungan yang didapatkan dengan berbelanja menggunakan aplikasi Shopee diantaranya lebih menghemat waktu, biaya, tenaga, mendapatkan harga sesuai dengan kebutuhan, gratis ongkir, dan potongan harga atau bisa disebut *Flash Sale*. Maka dari itu berbelanja hijab secara langsung seperti halnya di pasar tradisional kurang diminati oleh masyarakat Kelurahan Menganti Gresik karena banyaknya keuntungan yang telah diberikan ketika berbelanja di aplikasi Shopee.

Pada wilayah Kecamatan Menganti transaksi belanja online menggunakan Shopee data yang didapat dari kantor cabang J&T wilayah Kecamatan Menganti relative naik turun, berikut data grafik penjualan online Shopee menggunakan ekspedisi J&T :



Gambar 1.1 Diagram penjualan online Shopee menggunakan ekspedisi J&T.

Sumber : Kantor Cabang J&T Kecamatan Menganti

Bertransaksi secara online sekarang sudah menjadi kebiasaan masyarakat dalam membeli suatu produk karena mudahnya melakukan transaksi hanya dengan berdiam diri saja di rumah barang apapun yang diinginkan bisa didapat dengan mudah dibeli. Masyarakat sudah terbawa kebiasaan tersebut selama dua tahun terakhir karena dilanda *Pandemic Covid-19* yang menganjurkan masyarakat untuk membatasi kegiatan dalam berinteraksi sehingga berbelanja online menggunakan aplikasi Shopee menjadi pilihan yang tepat untuk bertransaksi.

Seiring perkembangan zaman yang semakin modern angka pembelian hijab di wilayah Kelurahan Menganti cukup tinggi karena Kabupaten Gresik dijuluki dengan kota santri yang mana di Kelurahan Menganti sendiri terdapat fasilitas umum seperti Pondok Pesantren, Sekolah Islam, STAI, TPQ, Dll yang mengedepankan Pendidikan berbasis Islamik oleh karena itu, antusias masyarakat dalam membeli produk hijab relatif tinggi.

Berdasarkan dari hasil observasi peneliti terhadap warga kelurahan Desa Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik dapat diketahui bahwasannya banyak warga dan pedagang pasar yang membeli hijab ecer hingga grosir untuk dijual lagi di Jasmine Jilbab melalui E-Commerce Shopee.

Hal yang dapat menarik antusias masyarakat untuk membeli produk hijab online pada toko Jasmine Jilbab yaitu citra merek. Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengetahuan terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian (Cahyono, 2018). Dalam hal ini, citra merek merupakan salah satu unsur penting yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk. Sehingga mampu menarik daya pikat konsumen, dan dengan citranya yang baik menimbulkan rasa penasaran terhadap produk tersebut, kemudian ingin memiliki produk tersebut dan keputusan pembelian produk menjadi pilihan para konsumen. Seiring dengan berkembangnya

zaman yang semakin modern saat ini citra merek yang berkualitas baik akan menjadi pusat perhatian para konsumen sebelum memutuskan untuk pembelian.

Faktor lainnya yang mendorong pada keputusan pembelian produk hijab online Jasmine Jilbab di Shopee yaitu Promosi *Flash Sale*, Promosi *Flash Sale* adalah program Promosi *Flash Sale* membuat Shopee menjadi salah satu *E-Commerce* yang populer di Indonesia. Waktu yang terbatas pada program Promosi *Flash Sale* menimbulkan kesan dibenak konsumen bahwa penawaran produk yang ditampilkan hanya berlangsung sekali sehingga memotivasi konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian. Promosi *Flash Sale* merupakan model pemasaran yang memberikan diskon yang besar dalam waktu terbatas. Model ini memberikan layanan promosi dengan waktu yang terbatas, promosi ini mengarahkan konsumen untuk cepat melakukan pembelian, *Flash Sale* merupakan bagian dari komunikasi produsen dalam memasarkan produk mereka secara online dengan tujuan memberikan stimulus akan minat pembeli konsumen sehingga menimbulkan dorongan untuk melakukan keputusan pembelian. (Herlina et al 2021)

Faktor terakhir yang mendorong pada keputusan pembelian produk hijab Jasmine Jilbab di Shopee yaitu Kualitas Produk, Kualitas Produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Menurut Hidayat (2019), Kualitas Produk menjadi faktor penting yang berpengaruh dalam keputusan pembelian produk hijab oleh konsumen, jika kualitas produk yang ditawarkan bagus dan sesuai dengan kebutuhan yang dicari konsumen

maka hal tersebut menjadi salah satu pemenuh faktor keputusan pembelian.

Mayoritas masyarakat Kelurahan Menganti lebih memilih berbelanja hijab di Jasmine Jilbab pada Shopee. Toko Jasmine Jilbab sendiri sudah bergabung dengan *E-commerce* Shopee sejak tahun 2017. Dengan adanya *E-commerce* masyarakat lebih memilih berbelanja di aplikasi *E-commerce* daripada di pasar tradisional atau toko offline, karena itu masyarakat lebih mudah dalam melakukan transaksi secara online dan hal ini telah menjadi kebiasaan masyarakat dalam bertransaksi karena keadaan saat pandemic Covid - 19 yang membatasi masyarakat melakukan kegiatan di tempat umum. Hal tersebutlah yang menjadi faktor dimana penjualan hijab di pasar tradisional menurun atau *stuck*.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan tersebut dikarenakan mayoritas masyarakat desa Kelurahan Menganti berbelanja di Jasmine Jilbab menggunakan aplikasi Shopee sehingga peneliti ingin lebih mendalami terkait keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen khususnya masyarakat Kelurahan Menganti Gresik RW 011.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *Citra Merek* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Jasmine Jilbab di Shopee pada masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik?
2. Apakah *Promosi Flash Sale* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Jasmine Jilbab di

- Shopee pada masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik?
3. Apakah *Kualitas Produk* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Jasmine Jilbab di Shopee pada masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik?
 4. Apakah *Citra Merek, Promosi Flash Sale, dan Kualitas Produk* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Jasmine Jilbab di Shopee pada masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Citra Merek* terhadap keputusan pembelian Jasmine Jilbab di Shopee pada masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Promosi Flash Sale* terhadap keputusan pembelian Jasmine Jilbab di Shopee pada masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Kualitas Produk* terhadap keputusan pembelian Jasmine Jilbab di Shopee pada masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik.
4. Mengetahui pengaruh secara simultan *Citra Merek, Promosi Flash Sale, dan Kualitas Produk* terhadap keputusan pembelian jilbab di Shopee pada masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik.

1.4 **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari berbagai kalangan, di antaranya yaitu:

a. **Bagi Masyarakat Menganti**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menambah pengetahuan tentang perilaku konsumen khususnya yang berkaitan dengan berpengaruhnya Citra Merek, Promosi *Flash Sale*, dan Kualitas Produk pada *E-Commerce* terhadap keputusan pembelian hijab di aplikasi Shopee.

b. **Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

Penelitian ini di harapkan dapat menambah kepustakaan dan sebagai refrensi bagi peneliti berikutnya, terutama bagi mahasiswa manajemen bidang pemasaran.

c. **Bagi Peneliti**

Sebagai penambah wawasan dan pengetahuan tentang berbagai permasalahan dalam bidang pemasaran, serta dapat belajar mengatasi permasalahan sebagai bekal untuk menghadapi masalah dilapangan atau diluar setelah lulus nantinya.