BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di Indonesia semakin hari semakin pesat digunakan untuk membantu kehidupan manusia sehari-hari untuk meringankan beban manusia dan digunakan untuk membantu memberikan informasi secara cepat dan akurat. Perkembangan teknologi yang pesat ini dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain perluasan area cakupan internet, peningkatan bandwidth internet, penggunaan teknologi internet dan komunikasi terbaru yang lebih cepat dan efisien. Berkembangnya teknologi informasi berpengaruh dalam dunia ekonomi khususnya dalam hal penjualan. Saat ini perkembangan internet yang sangat pesat membuat semua golongan masyarakat tidak lepas dari penggunaan internet sehingga memungkinkan peluang usaha yang semakin besar. Adanya internet memungkinkan komunikasi antara penjual dan pembeli yang lebih mudah dan bisa terjadi kapan saja tanpa di batasi waktu. Mereka cukup hanya menggunakan perangkat mobile dan internet yang dimiliki.

Penggunaan media sosial memberikan mereka kesemapatan untuk saling terhubung secara *online* sehingga mereka tidak harus bertemu secara langsung dan memungkinkan mereka terhubung baik dalam hubungan bisnis maupun personal. Media sosial berperan sebagai penghubung informasi dan komunikasi antara penjual dengan pembeli. Media sosial berpotensi untuk menemukan konsumen dan membangun *image* suatu produk dengan adanya informasi yang di sampaikan melalui media sosial. Sehingga akan membuat pemasaran suatu produk akan lebih mudah dan secara luas dapat di ketahui oleh pengguna sosial media. Mempromosikan produk melalui internet sangatlah efektif untuk pemasaran pengusaha yang tidak melakukan ini akan merugi dan tergeser oleh perkembangan teknologi (Pudjihardjo & Wijaya, 2015). Pemasaran melalui media *online* membuat konsumen juga ikut

proaktif dalam kegiatan pemasaran. Salah satu faktor yang menyebabkan konsumen ikut proaktif dan interaktif yaitu biaya yang murah, kepercayaan, kualitas, kemudahan transaksi. Penggunaan internet yang tinggi dapat di manfaatkan sebagai peluang bisnis yang menguntungkan. Sekarang ini banyak sekali toko *online* yang mulai bermunculan di media sosial. Sekarang ini yang banyak di gunakan yaitu *Instagram* karena memudahkan untuk mempromosikan produk dan memberikan informasi produk. Pembeli dalam melakukan pembelian suatu produk akan melalui beberapa pertimbangan, di antaranya yaitu harga, ulasan dan tampilan produk dalam transaksi. Konsumen kebanyakan mencerminkan harga dengan tingkat produk, semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitas produk dan begitu juga sebaliknya. Salah satu penentu citra merek adalah harga.

Dalam penelitian ini peneliti akan mengangkat isu tentang bagaimana keputusan pembelian produk makanan secara *online* di masa pandemi covid-19 ini. Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Makanan dibutuhkan manusia untuk bertahan hidup. Fungsi makanan untuk tubuh salah satunya untuk mengatur metabolisme tubuh dan penghasil energi. Dengan adanya energi dalam tubuh maka tubuh akan memiliki tenaga untuk melakukan aktivitas. Makanan terbagi menjadi makanan sehat, makanan cepat saji dan makanan ringan. Makanan yang sehat adalah yang mengandung 4 sehat 5 sempurna untuk mendapatkan nutrisi bagi tubuh kita.

Di masa pandemi ini ruang gerak manusia terbatas dan untuk menjaga kesehatan agar tidak terpapar virus. Masyarakat kebanyakan lebih memilih tetap berdiam diri dirumah apabila tidak ada kepentingan karena aturan pemerintah untuk melakukan karantina di rumah saja. Maka untuk itu salah satu cara yang dapat di gunakan adalah pembelian secara *online*, dengan berbelanja *online* seseorang tidak perlu keluar rumah untuk membeli sesuatu, pesanan kita akan di antar ke rumah sehingga kita tidak perlu berinteraksi dengan banyak orang. Maka untuk itu hal ini di maksudkan untuk menentukan keputusan pembelian atas harga, kemudahan dan tampilan

produk. Cara tersebut di harapkan peniliti mampu memberikan pemahaman atas variabel-variabel yang membentuknya.

Keputusan pembelian merupakan pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk yang di lakukan oleh individu itu sendiri (Mangkunegara 2008:3) dalam Rahayu dan Djawoto (2017). Secara umum keputusan merupakan pemilihan dari beberapa alternatif (Schiffman & Kanuk, 2000) dalam (Nasution, 2018). Sehingga jika kalau tidak ada alternatif pilihan maka tidak dapat mengambil keputusan. Keputusan pembelian merupakan proses dimana seorang konsumen benar-benar membeli suatu produk (Kontler dan Amstrong, 2001). Pembelian merupakan tahap evaluasi konsumen terhadap suatu merek untuk menentukan membeli merek mana yang paling di sukai (Setaiadi, 2003). Keputusan pembelian merupakan kesadaran konsumen terhadap suatu produk karena kebutuhan akan suatu produk yang diinginkan. Variabel independen pada penelitian ini terdiri dari harga, kemudahan dan tampilan produk.

Harga selalu dikaitkan terhadap kualitas dan manfaat yang akan diterima oleh konsumen. Harga merupakan sejumlah uang yang di pertukarkan oleh konsumen untuk suatu produk guna memperoleh keuntungan atas kepemilikan atau penggunaan dari produk tersebut (Daryanto,2013). Presepsi harga merupakan penjelasan tentang suatu produk serta memberikan makna yang mendalam bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap suatu porduk (Kotler dan Ketler, 2016). Harga mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan penjual dalam menjual produknya. Sehingga untuk itu, penjual harus melakukan berbagai cara untuk menarik konsumen dengan memberikan harga yang terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas suatu produk serta pemberian diskon. Penelitian yang dilakukan oleh Pramono, Eldine dan Muniroh pada tahun 2020 menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nasution

tahun 2018 menyatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Variabel selanjutnya yang digunakan yaitu kemudahan, dengan adanya kemajuan teknologi sekarang ini menjadikan penjual tidak harus melakukan pembelian secara langsung ke tempat penjual. Konsumen dapat memilih toko dan melakukan pembelian secara *online* di rumah hanya dengan menggunakan *handphone*. Sekarang juga jarak sudah tidak menjadi penghalang dengan adanya jasa pengiriman yang semakin banyak dan murah yang akan memudahkan orang dalam proses pembelian. Penjualan *online* yang sekarang berkembang juga di tunjang dengan kemudahan pembayaran. Sekarang ini perbankan memberikan kemudahan transaksi dengan memberikan layanan transaksi melalui internet banking dan juga melalui ATM. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahayu pada tahun 2017 menyatakan bahwa variabel kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rafidah dan Djawoto pada tahun 2017 menyatakan bahwa variabel kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Masa pandemi seperti ini masyarakat tidak perlu pusing lagi dalam melakukan proses pembelian makanan. Mereka bisa memesan makanan baik yang siap saji, makanan ringan maupun *frozen food* yang bisa di jadikan stok di kulkas dan di goreng jika di inginkan.Sekarang juga di toko *online* menyediakan berbagai sayuran segar yang bisa di pesan melalui *online* sehingga masyarakat tidak perlu ke pasar dan bertemu banyak orang untuk membeli kebutuhan makanan. Variabel kemudahan memiliki beberapa indikator yaitu mudah, kemudahan, mudah dipelajari, simple, dan mudah pengoperasiannya (Jogiyanto, 2007). Oleh karena itu internet merupakan sebuah alat yang memudahkan hubungan antar pelaku ekonomi yaitu penjual, konsumen, perbankan dan jasa pengantar (kurir) yang menggunakan teknologi internet dan tidak harus bertatap muka.

Tampilan produk salah satu hal yang harus di perhatikan oleh penjual karena dengan tampilan produk yang menarik membuat konsumen ingin membeli produk tersebut, tampilan produk serta pengambilan gambar yang bagus juga menjadi hal yang perlu di perhatikan. Tampilan produk juga merupakan salah satu pembeda produk yang satu dengan lainnya. Sehingga produk harus dibuat dengan ciri khas tersendiri dengan produk lain agar konsumen dapat tertarik dengan produk tersebut. Pada Penelitian yang dilakukan oleh Pramono, Eldine dan Muniroh (2020) menyatakan bahwa variabel tampilan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wardhana dan Rochmaniah (2012) menyatakan bahwa tampilan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga berdasarkan perbedaan hasil penelitian tersebut dapat menjadi dasar penelitian ini dilakukan.

Display produk dari prespektif pemasar dapat di kaitkan dengan spesifikasi, fitur, dan fungsi atau kinerja dari suatu produk (Tustin, 2011). Produk yang menarik perhatian memiliki komposisi warna yang jelas dan memiliki tingkat kontras yang baik. Tidak sekedar menarik perhatian konsumen, produk juga harus memperhatikan keindahan sehingga konsumen memutuskan pembelian produk tersebut. Apabila produk makanan maka tampilan produk bisa di tampilkan dengan isi dari makanan produk tersebut tidak hanya kemasan dari produk tersebut. Adanya tampilan isi dari suatu produk konsumen akan lebih yakin dan memutuskan untuk membeli.

Keputusan pembelian merupakan isu utama dalam penelitian ini karena sekarang ini semakin banyak beredarnya berbagai jenis produk yang beredar sehingga keputusan pembelian merupakan hal yang harus di pertimbangkan sebelum melakukan proses pembelian. Dalam penelitian ini akan mengangkat tentang keputusan pembelian makanan secara *online* di masa pandemi covid-19. Pandemi covid-19 yang dimulai awal 2020 ini membuat tatanan kehidupan berubah. Adanya berbagai kebijakan pemerintah

pula yang menyuruh masyarakat untuk karantina di rumah saja. Menjadikan pembelian secara *online* salah satu solusi di era pandemi covid-19 saat ini.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul sebagai berikut: **"Pengaruh harga, Kemudahan, dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Secara Online di Masa Pandemi Covid-19".**

B. Rumusan Masalah

Keputusan pembelian dalam penelitian ini mengemukakan gambaran konsumen dalam pembelian suatu produk dengan mempertimbangkan berbagai pilihan yang di pengaruhi oleh berbagai hal yang di lakukan oleh penjual agar dapat menarik minat pembeli. Lebih jelasnya penguji menjelaskan bagaimana pengaruh harga, kemudahan dan tampilan produk terhadap keputusan pembelian produk makanan secara online di masa pandemi covid-19. Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, dapat di simpulkan rumusan masalah:

1. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan secara *online* di masa pandemi?
2. Apakah variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan secara *online* di masa pandemi?
3. Apakah tampilan produk berpengaruh positf dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan secara *online* di masa pandemi?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel terhadap keputusan pembelian produk makanan secara *online* di masa pandemi.

Sedangkan secara spesifik bertujuan untuk :

1. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk makanan secara *online* di masa pandemi.
2. Menganalisis pengaruh variabel kemudahan terhadap keputusan pembelian produk makanan secara *online* di masa pandemi.
3. Menganalisis pengaruh tampilan produk terhadap keputusan pembelian produk makanan secara *online* di masa pandemi.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan diperoleh beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
   a) Hasil dari penelitian ini dapat mengkonfirmasi tentang teori yang berhubungan dengan pengaruh harga, kemudahan, dan tampilan produk terhadap keputusan pembelian.
   b) Dapat di gunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dalam memberikan konstribusi yang nyata terkait teori-teori yang berkaitan dengan persoalan teersebut.
2. Manfaat praktis
   a) Memberikan informasi yang bermanfaat mengenai harga, kemudahan dan tampilan produk sebagai salah satu cara untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen sehingga akan terjadi peningkatan penjualan.
   b) Bagi penulis penelitian ini selain sebagai salah satu syarat meraih gelar sarjana pendidikan, juga menambah wawasan serta pengetahuan.