

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang teknologi telah berkembang dengan pesat dan mengalami perubahan secara terus menerus. Perubahan teknologi juga diikuti oleh gaya hidup masyarakat. Gaya hidup Modern adalah suatu sikap, perilaku, perbuatan, dan tingkah laku yang sesuai dengan tuntutan jaman berdasarkan pada kemampuan akal budi dan pikiran manusia (Khairunissa, 2019). Hal ini tidak lepas dari pengaruh globalisasi yang terjadi. Di era globalisasi masa sekarang perkembangan teknologi internet mempermudah masyarakat, salah satu kemudahan tersebut adalah kemudahan untuk berbelanja. Pembeli tidak perlu lagi berkunjung ke pusat perbelanjaan untuk berbelanja, namun cukup dengan menggunakan gadget sudah bisa berbelanja dengan mengunjungi berbagai toko online yang sering disebut dengan online shopping.

Belanja online merupakan kegiatan pembelian produk baik berupa barang atau jasa melalui media internet (Andini, 2017). Belanja online dapat diakses melalui aplikasi sosial media Whatsapp, instagram dan facebook ataupun toko online seperti shopee, buka lapak, tokopedia, zalora dan toko online lainnya. Aktivitas dalam online shop menunjukkan adanya peningkatan karena dianggap lebih praktis, dan lebih nyaman. Jika barang yang dibeli sudah dibayar kepada pihak online shop, pembeli akan menerima barang melalui ekspedisi pengiriman barang tanpa harus bertemu. Banyak pelaku bisnis *online shop* yang menawarkan

produknya dengan berbagai macam pilihan barang yang dijual didalam *online shop* tersebut. Dan beberapa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan membeli secara online, diantaranya gaya hidup dan kepercayaan.

Menurut Blackwell (2012), Definisi gaya hidup adalah sebagai berikut, “*people’s patterns of living and spending time and money that reflect their interests, activities and opinions.*”. Definisi tersebut menjelaskan bahwa gaya hidup adalah pola hidup dan pengeluaran orang – orang yang mencerminkan kepentingan, aktivitas dan pendapat mereka. Sedangkan, menurut Setiadi dalam Habibi (2013), Gaya hidup secara luas sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya (pendapat) (Cleopatra, 2015).

Kepercayaan adalah tiang dari bisnis, dimana membangun dan menciptakan konsumen merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam menciptakan loyalitas konsumen. Kepercayaan muncul ketika mereka yang terlibat telah mendapat kepastian dari pihak lainnya, dalam hal ini adalah testimonial sebuah produk yang telah dibeli. (Istiqomah, 2019).

Kepercayaan dalam belanja online merupakan hal utama yang dipertimbangkan, apakah website penyedia *online shop* ataupun penjual pada toko *online* tersebut dapat dipercaya atau tidak (Amin, 2020). Sebagai kekuatan pada saat menawarkan produk penjual harus memberikan informasi yang lengkap dan jelas guna menarik kepercayaan pembeli terhadap produk ataupun toko online.

Mengingat semakin berkembangnya teknologi kini semua barang dapat ditawarkan melalui toko online yang saat ini sangat ramai di kalangan masyarakat, mulai dari pakaian, aksesoris, makanan bahkan lensa kontak juga ditawarkan melalui toko online. Salah satu toko online yang menjual lensa kontak adalah My Softlenssolo.

My Softlenssolo dalam memasarkan produknya selama ini melalui toko online karena dianggap lebih efektif dan efisien. Pembeli dalam memilih barang tidak harus berkunjung langsung ke toko dimana barang dijual dengan melalui toko online yang dapat diakses secara praktis melalui aplikasi handphone yang selalu dibawa kemana-mana.

Dari penjelasan yang telah di paparkan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna memenuhi tugas akhir dengan judul : **Pengaruh Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Online shop (Studi Pada My Softlenssolo).**

B. Rumusan Masalah

Berikut yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk melalui *online shop*?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk melalui *online shop*?
3. Apakah gaya hidup dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk melalui *online shop*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk melalui *online shop*.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk melalui *online shop*.
3. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk melalui *Online shop*.

D. Manfaat penelitian

Beberapa manfaat penelitian yang diperoleh dari penelitian tersebut antara lain adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai referensi tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan penulis dalam bidang manajemen pemasaran khususnya dalam hal pengaruh gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk melalui *online shop*.
 - b. Sebagai referensi dan bahan pertimbangan bagi penelitian sejenis yang akan datang.
2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pebisnis dalam hal gaya hidup dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online.

E. Sistematika Skripsi

Untuk mempermudah pembaca mengetahui dan memahami isi dari skripsi, maka disusun dengan urutan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang mengapa penelitian ini perlu untuk dilakukan, dan juga berisi pernyataan dari penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan. Selain itu bab ini juga berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Yang terdiri dari: landasan teori, tinjauan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Meliputi variabel penelitian beserta penjelasannya, penentuan populasi dan sampel, data dan sumber data, serta metode pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Yang berisi pembahasan hasil penelitian, analisis data, dan penjelasan secara lengkap.

BAB V PENUTUP

Yang terdiri dari kesimpulan penelitian, dan saran.