# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Di zaman yang sudah maju saat ini, segala aktivitas sudah dapat dilakukan secara efektif dan efisien karena terbantu dengan adanya kecanggihan teknologi. Di era digital yang sudah maju sangat pesat ini juga menjadi kesempatan bagi pengusaha-pengusaha untuk membesarkan bisnisnya ke dalam lingkup yang lebih luas. Dan dengan begitu para pembisnis dapat memanfaatkan internet sebagai tempat untuk menjual bisnisnya di ranah online, karena beberapa tahun terakhir ini bisnis online sangat berkembang sangat pesat dan diminati oleh banyak konsumen di Indonesia dilihat dari transaksi yang meningkat dari tahun ke tahun.

Setiap perusahaan harus siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan perusahaan lain di seluruh dunia dalam menghadapi globalisasi. Syarat untuk perusahaan dapat bersaing dan sukses yaitu berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama. Dalam hal ini perusahaan harus memiliki strategi khusus yang bisa diandalkan untuk menghadapi persaingan bisnis. Diantaranya yaitu meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan menekan harga produk seminimal mungkin.

Dengan adanya peningkatan kualitas produk, kualitas pelayanan yang baik dan harga yang bersaing tentu dapat memudahkan konsumen untuk menentukan keputusan pembelian terhadap perusahaan tersebut. Berdasarkan

berkembangnya suatu zaman yang diikuti oleh kemajuan teknologi, keputusan pembelian tidak hanya didasari oleh bentuk pelayanan dari perusahaan atau pelaku bisnis saja, melainkan kepercayaan konsumen terhadap belanja *online* karena dengan begitu konsumen dapat dimudahkan dengan belanja secara efektif dan efisien.

*E-commerce* merupakan tempat transaksi antara penjual dan pembeli secara *online* dengan memanfaatkan internet sehingga memudahkan dalam bertransaksi antar kedua belah pihak. *E-commerce* juga memberikan keuntungan bagi perusahaan dan juga konsumen. Bagi perusahaan mendapatkan keuntungan finansial dan konsumen mendapatkan keuntungan berupa pemenuhan kebutuhan secara efisien dan efektif. Setelah pihak penjual memberikan kualitas produk dan pelayanan terbaik untuk menarik konsumen, perusahaan harus dapat memberi harga yang sesuai dipasaran, karena dengan harga yang sesuai konsumen akan tertarik untuk melakukukan keputusan pemebelian.

Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan bersedia menanggung resiko yang mungkin ditimbulkan (Kodu, 2013:1253). Dalam hal ini konsumen akan melakukan evaluasi suatu produk atau layanan dari perusahaan jika sudah terjadi keputusan pembelian, suatu produk dan layanan yang baik tentu akan mendapatkan respon yang positif dari konsumen karena apa yang didapatkan sesuai dengan yang diharapkan, begitupun sebaliknya.

Tokopedia merupakan *marketplace* atau perdagangan elektronik yang berpusat di Indonesia di bawah PT Tokopedia yang didirikan pada tahun 2009 oleh William Tanuwijaya. Tokopedia sendiri menerapkan model bisnis *Marketplace* C2C (*Customer to Customer*), yang mana model bisnis seperti ini sangat tergantung oleh pihak ke 3 sebagai penerima dan penyalur uang. Tokopedia.com memfasilitasi transaksi online sekaligus dengan metode pembayarannya (Alwafi and Magnadi 2016:2). Pengguna *e-commerce* sebelum melakukan keputusan pembelian secara online akan mempertimbangkan segala risiko. Semakin besar tingkat risiko maka konsumen akan semakin berhati-hati dalam memutuskan pembelian dan semakin kecil tingkat risiko maka konsumen akan semakin percaya untuk memutuskan pembelian secara *online*. Agar pengguna *e-commerce* tidak merasa khawatir maka perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan dan keamanan supaya pengguna memberikan kepercayaan serta dapat memberikan keputusan pembelian.

Perusahaan juga membutuhkan usaha lainnya untuk mecapai kesuksesan yaitu mencptakan produk yang berkualitas dengan harga yang dapat bersaing, serta mampu memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan. Dalam beberapa khasus penelitian yang sudah ada sebelumnya mengungkapkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga dimana variabel-variabel tersebut berpengaruh terhadap kesuksesan suatu

perusahaan karena akan berpengaruh terhadap pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan oleh konsumen.

Dari uraian diatas maka dapat diketahui penyebab keputusan pembelian konsumen melalui *e-commerce* dengan adanya kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang membuat konsumen semakin yakin untuk memilih *e-commerce s*ebagai tempat berbelanja *online*. Berdasarkan uraian diatas untuk meneliti lebih mendasar, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian sebagai berikut: **"Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Tokopedia".**

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

## D. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta teori dan konsep-konsep manajemen pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan khususnya mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian terhadap *e-commerce* Tokopedia.

### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis dalam praktek bidang manajemen pemasaran dan juga bermanfaat sebagai masukan dan bahan pertimbangan untuk perusahaan *e-commerce* Tokopedia dalam meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## E. Sistematika Penulisan

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai landasan analisis penelitian, penelitian terdahulu, keterkaitan antar variabel, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini dijelaskan tentang mengenai variabel penelitian, cara penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini diuraiakan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.