BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi yang sudah masuk kedalam tatanan kehidupan masyarakat menjadikan perubahan gaya hidup masyarakat menjadi berubah. Salah satu perubahan yang besar terjadi pada gaya belanja masyarakat yang sebelumnya mereka berbelanja secara tradisional pergi ketempat perbelanjaan, saat ini sudah banyak sekali masyarakat terutama masyarakat perkotaan yang beralih pada belanja online. Hal ini juga tidak lepas dari kemajuan teknologi yang semakin pesat sehingga hampir semua lapisan masyarakat sudah menggunakan teknologi, terutama teknologi mobile yang mendorong pada perubahan gaya belanja masyarakat.

Keuntungan dan kemudahan-kemudahan yang dapat diperoleh oleh konsumen seperti toko online biasanya yaitu tersedia 24 jam sehari, dan banyak konsumen memiliki akses internet baik dalam pekerjaan maupun di rumah. Instansi lain seperti warung internet dan sekolah menyediakan akses juga. Kunjungan ke toko ritel konvensional membutuhkan perjalanan dan harus berlangsung selama jam kerja. Mencari atau menelusuri sebuah katalog online dapat lebih cepat dari browsing lorong toko fisik. Salah satunya dapat menghindari mal yang penuh sesak dan mengakibatkan antrian panjang, serta tempat parkir yang penuh. Satu keuntungan dari belanja online adalah mampu dengan cepat mencari penawaran untuk barang atau jasa dengan berbagai

vendor. Beberapa keunggulan tersebut menjadi pertimbangan bagi konsumen atau masyarakat untuk berbelanja melalui online shop. Pada sisi lain keberadaan online shop dapat memberikan dukungan atas upaya konsumen untuk mendapatkan barang dengan mudah sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan.

Untuk menciptakan keputusan pembelian pada suatu *marketplace* tidaklah mudah karena banyak orang masih beranggapan bahwa berbelanja di *marketplace* lebih beresiko bila dibandingan dengan berbelanja secara luring atau *offline*, hal tersebut terjadi karena penjual tidak bisa melihat dan merasakan langsung barang atau jasa yang dijual , sehingga penting kiranya untuk mengetahui persepsi resiko atau perceived risk dalam pengambilan keputusan, munculnya kasus kejahatan seperti hacker kartu kredit, transfer data secar ilegal dari kartu rekening serta penipuan bukti rekening ikut menguatkan anggapan konsumen mengenai resiko berbelanja secara daring.

Beberapa pertimbangan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam proses pembelian yang akan dilakukan dan upaya para pemilik usaha online shop untuk mempengaruhi calon konsumen melalui kegiatan periklanan yang akan dilakukan, dimana iklan merupakan salah satu unsur dari bauran promosi, *reviw* produk juga berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian dimana calon pembeli melihat testimoni testimoni pembelian sebelumnya sehingga calon pembeli yakin dengan produk yang akan dibeli, dan apakah website yang menyediakan online shop pada website tersebut dapat dipercaya. Selain itu dalam berbelanja online,

penjual dan pembeli tidak dapat bertatap muka atau bertemu secara langsung untuk melihat barang hingga melakukan transaksi pembelian. Oleh sebab itu harus ada rasa saling percaya antara penjual dan pembeli

Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh *review* produk, promosi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian, hal ini menarik untuk diteliti karena mengacu pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya memberikan hasil yang beragam, sehingga perlu dilakukan penelitian hal tersebut. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis tertarik untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebagai bahan skripsi dengan judul **"Analisis Pengaruh *Review* Produk, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace*"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah *review* produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *marketplace*?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap positif *keputusan pembelian* pada *marketplace*?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *marketplace*

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui menganalisi dan membuktikan secara empiris pengaruh review produk terhadap keputusan pembelian pada *marketplace?*
2. Mengetahui menganalisi dan membuktikan secara empiris pengaruh promosi berpengaruh terhadap *keputusan pembelian* pada *marketplace*?
3. Mengetahui menganalisi dan membuktikan secara empiris pengaruh kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *marketplace.*

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka dapat disimpulkan manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan saat ini maupun dimasa yang akan datang khususnya di bidang manajemen pemasaran *Marketplace.*

2. Manfaat Praktis

   Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis dalam praktek bidang manajemen pemasaran*marketplace*, dapat menambah pengalaman dalam menganalisis permasalahan dibidang pemasaran*marketplace* dan memperluas pengetahuan mengenai pengaruh

review produk, promosi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace*.

3. Manfaat Empiris

Penelitian empiris merupakan penelitian yang berdasarkan dari kejadian nyata yang pernah dialami, manfaat dari penelitian ini ialah:

a. Membantu manusia untuk meningkatkan kemampuannya dalam menginterprestasikan sebuah fenomena yang terjadi di dalam masyarakat dan sekitarnya yang bersifat kompleks dan saling berkaitan.
b. Dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian-penelitian terdahulu.
c. Dapat digunakan sebagai media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Melalui penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditemukan sesuatu yang baru ataupun penyempurnaan pengetahuan yang ada sebelumnya.

E. Sistematika Penulisan

Secara umum penulisan tersusun dalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berisi uraian mengenai tinjauan teori yang melandasi penelitian, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, definisi operasional variabel, pengkuran variabel, populasi dan sample, teknik pengambilan sample data dan sumber data, serta metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan berisi tentang deskripsi reponden, deskripsi data, analisis data, dan hasil pembahasan.

BAB V PENUTUP

Penutup dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.