

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Berkembangnya media jaring sosial di kalangan masyarakat saat ini, semakin memudahkan aktivitas penggunanya untuk memenuhi segala kebutuhan aktivitas dalam hidup, mulai dari transaksi *online*, *reservasi online*, *order online* dan toko *online* atau *online shop*. Saat ini berbisnis tidak hanya dapat dilakukan secara tradisional atau langsung membuka lapak usaha atau buka toko, namun berbisnis juga dapat dilakukan dengan cara *online*.

Internet menjadi sistem komunikasi yang dapat menghubungkan jaringan-jaringan komputer, dengan adanya internet dapat memberikan fasilitas yang memudahkan penggunaannya untuk mengakses beragam informasi yang diinginkan. Internet memberikan kemudahan dalam bertukar informasi seperti bertukar file, berkomunikasi jarak jauh. Menurut Talika (2016), dengan media internet dapat dijadikan sebagai media komunikasi antar remaja di daerah Helmahera Selatan.

Menurut Latifah (2019), salah satu perkembangan teknologi yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah internet. Dengan adanya internet sangat mempermudah kegiatan seseorang, salah satunya seperti kegiatan berbelanja. Seseorang bisa membeli apa yang mereka butuhkan tanpa perlu pergi ke luar rumah, mereka bisa membeli melalui *online shop*.

Indonesia menjadi salah satu negara dengan perkembangan situs belanja *online* yang terbilang cukup pesat, hal ini terlihat karena banyaknya toko *online* seperti Lazada, tokopedia, blibli, bukalapak, shopee dan masih banyak lagi yang lain. Sejalan dengan pendapat Anggrainie (2017), perkembangan *e-commerce* di indonesia tidak lepas dari media internet karena *e-commerce* berkembang melalui internet, perkembangan internet yang semakin pesat membuat internet menjadi salah satu media yang efektif.

Minat belanja seseorang untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian. Kehadiran *online shop* dan

fitur akses layanan kapanpun dan dimanapun membuat penilain yang lebih dimata konsumen apabila konsumen tertarik dengan barang produk maka konsumen akan melakukan pembelian. Semakin tingginya minat beli maka semakin tinggi pula keputusan pembelian.

Soltes (2017), menjelaskan bahwa minat beli merupakan sebuah kepentingan yang dialami oleh konsumen untuk membeli produk (barang dan jasa) yang dipengaruhi oleh sikap dari konsumen itu sendiri. Minat beli akan membuat konsumen mempunyai respon yang menunjukkan adanya keinginan, perhatian, ketertarikan, pengambilan keputusan, dan tindakan terhadap produk untuk melakukan pembelian. Dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan pembelian sejumlah produk.

Belanja *online* saat ini sedang diminati oleh para remaja bahkan orang tua, karena proses transaksi lebih mudah dibandingkan toko *offline*. Menurut Baktino (2016), belanja secara *online* dapat mempromosikan bisnis secara lebih luas dengan mudah pada masa sekarang ini jutaan orang setiap harinya mengakses internet dan mengakses sosial media termasuk Instagram. Sektor *fashion* dan sektor elektronik menjadi sektor perdagangan yang paling mendominasi transaksi *online* di Indonesia.

Kusumawati & Saifudin (2020), menjelaskan bahwa minat beli secara *online* biasanya banyak dilakukan oleh konsumen usia muda karena para remaja yang banyak menggunakan fasilitas *online* untuk memenuhi kebutuhannya, para remaja tergolong aktif dalam penggunaan internet dalam memilih produk atau jasa secara online melalui *e-commerce* yang ada di Indonesia. Santrock (2007), menjelaskan bahwa minat belanja *online* yang disukai remaja saat ini *hedonic shopping* dimana remaja yang cenderung lebih menyukai kesenangan semata saat berbelanja *online*.

Selain kebutuhan, minat belanja online di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, harga, kepercayaan konsumen, pengalaman berbelanja, kemudahan transaksi, kualitas produk. Kusumawati & Saifudin (2020) menjelaskan bahwa harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi pembelian secara

*online*, semakin terjangkau harga suatu produk semakin banyak minat beli, harga produk yang ditawarkan secara *online* lebih murah dari pada *offline*. Karena penjualan *online* tidak memerlukan biaya sewa tempat, biaya fasilitas. Nuha (2019), menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi minat belanja *online* yaitu kualitas produk, jika produk memiliki kualitas yang bagus maka minat beli konsumen akan meningkat tetapi jika kualitas yang ditawarkan kurang bagus maka minat beli konsumen akan menurun.

Penulis melakukan pra penelitian pada tanggal 20 Desember 2020 dengan menggunakan survei kepada pemuda pemudi yang membeli produk secara *online* dan menemukan bahwa mereka lebih suka membeli produk yang ditawarkan beraneka ragam begitu juga dengan variasi harga. Konsumen menjelaskan bahwa terdapat kualitas barang yang buruk dimana dengan pemakaian hanya bertahan satu bulan dan rusak. Penulis melakukan pra penelitian terhadap dua orang pemuda pemudi di Desa Madegondo yang membeli produk secara *online*, mereka mengatakan bahwa membeli secara *online* lebih mudah dan bebas untuk memilih dikarenakan banyaknya varian model dan harga.

Menurut Bakti (2020), kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli pada toko *online*. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan, produk memiliki tingkat signifikansi terhadap minat membeli seseorang. Kualitas produk strategi penting bagi perusahaan dalam memenangkan persaingan, setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan kualitas produk yang terbaik. Dengan kualitas produk yang tinggi, konsumen juga akan merasa tertarik terhadap produk tersebut dan memutuskan untuk melakukan pembelian. Untuk itu perusahaan harus jeli dan teliti dalam mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen dan perilaku konsumen dalam mengetahui apa yang dianggap penting oleh konsumen.

Hasil penelitian Hariyana (2019), kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian *online* dengan hubungan positif, remaja Situbondo mengaku bahwa produk yang diterima akurat atau sesuai dengan yang ditampilkan pada gambar atau video, sehingga minat belanja *online* semakin

bertambah dan para remaja akan merekomendasikan kepada orang lain untuk melakukan pembelian di *online*.

Hasil penelitian Hapsawati Taan (2021), harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online*, konsumen yang membeli akan mempertimbangkan harga yang ditawarkan seperti harga yang murah tetapi memiliki produk yang bagus, konsumen tertarik dengan harga-harga yang ditawarkan oleh *online shop* sehingga konsumen memiliki minat untuk membeli barang yang ditawarkan dari berbagai *online shop*.

Menurut Effendy (2010 :281), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atau sejumlah produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa, harga satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan serta bersifat *fleksibel*.

Berdasarkan uraian di atas bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat belanja *online* di kalangan pemuda pemudi saat ini, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul skripsi: “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Belanja *Online* pada Pemuda Pemudi Desa Madegondo Kecamatan Grogol Sukoharjo”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, penulis melakukan identifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Banyak keluhan konsumen karena barang yang dibeli tidak sesuai dengan pesanan.
- b. Kurang adanya perhatian dari pemilik toko *online* untuk memperbaiki pelayanan, kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh pemilik toko.

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah serta identifikasi masalah yang diuraikan diatas, masalah membatasi masalah yang akan diteliti. Pembatasan masalah dilakukan bertujuan agar permasalahan yang akan diteliti tidak meluas sehingga penelitian ini tetap memiliki fokus utama. Pembatasan tersebut antara lain:

- a. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Madegondo Kecamatan Grogol Sukoharjo.
- b. Peninjauan minat belanja *online* dibatasi oleh *e-commerce* seperti, shopee, lazada, tokopedia, blibli.com.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji adalah sebagai berikut:

- a. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap minat belanja *online* pada pemuda pemudi Desa Madegondo Kecamatan Grogol Sukoharjo?
- b. Adakah pengaruh harga terhadap minat belanja *online* pada pemuda pemudi Desa Madegondo Kecamatan Grogol Sukoharjo?
- c. Adakah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat belanja *online* pada pemuda pemudi Desa Madegondo Kecamatan Grogol Sukoharjo?

#### **E. Tujuan Penelitian**

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

- a. Untuk menguji pengaruh kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat belanja *online* pada pemuda pemudi Desa Madegondo Kecamatan Grogol Sukoharjo.
- b. Untuk menguji pengaruh harga berpengaruh positif terhadap minat belanja *online* pada pemuda pemudi Desa Madegondo Kecamatan Grogol Sukoharjo.
- c. Untuk menguji pengaruh kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap minat belanja *online* pada pemuda pemudi Desa Madegondo Kecamatan Grogol Sukoharjo.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan konsep dan kajian yang lebih mendalam tentang kualitas produk dan harga terhadap minat belanja *online*. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai sumber ilmu

untuk menambah wawasan dan juga bahan pertimbangan serta referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

- 1) Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran dengan memberikan masukan terhadap masalah yang di hadapi oleh bisnis *online* serta dapat dijadikan sebagai acuan serta bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan bagi pemuda-pemudi dalam membeli secara *online*.
- 3) Penelitian ini diharapkan memberi masukan kepada toko *online* untuk memperbaiki dan menambah beberapa aspek kualitas produk dan harga yang ditetapkan.
- 4) Penelitian ini diharapkan memberi masukan kepada pemilik *e-commerce* untuk lebih baik terhadap komplain dari konsumen.