

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Adanya internet telah mengubah gaya hidup masyarakat, yang berujung pada perubahan perilaku pembelian masyarakat. Internet tidak hanya terbatas pada satu media informasi saja, tetapi juga dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan transaksi bisnis dan menciptakan marketplace dan jaringan bisnis yang luas. Marketplace adalah solusi yang dihasilkan dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet yang telah mengemparkan sektor bisnis (Yustiani & Yunanto, 2017). Di marketplace, setiap pelaku bisnis dapat menunjukkan produknya untuk dijual tanpa harus membangun sistem. Dengan kehadirannya pasar virtual, pelaku bisnis perlu memberikan informasi yang lengkap tentang produk yang akan dijual di marketplace, seperti informasi produk, harga, biaya pengiriman dan lain-lain.

Dengan banyaknya pengguna internet dan aplikasi digital, e-commerce menjadi pilihan para pengusaha untuk bisnisnya. Dengan bantuan internet kita dapat melakukan berbagai aktivitas salah satunya belanja online, masyarakat dapat berbelanja kapan saja dimana saja. Seiring pertumbuhan digitalisasi yang semakin berkembang membuat para perusahaan e-commerce terus melebarkan sayapnya pada pasar dunia termasuk di Indonesia.

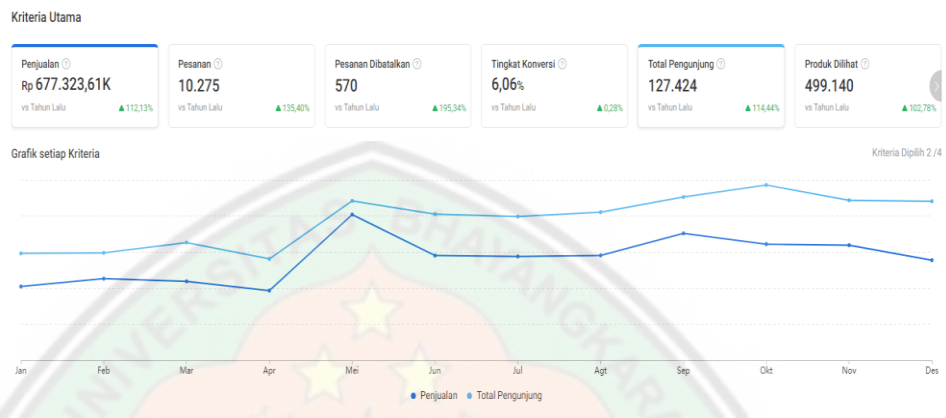
Fenomena belanja online berkembang pesat dan menjadi salah satu alternatif bagi kebanyakan masyarakat karena belanja online dapat menghemat waktu tanpa harus mendatangi tempat perbelanjaan. Masyarakat tidak perlu khawatir untuk meninggalkan rumah, panas-panasan, menghadapi kemacetan lalu lintas dan mengantri untuk membeli serta membayar set pakaian desainer terbaru. Kini toko online memanjakan masyarakat dengan menghemat energi untuk barangnya. Anda dapat mencapai tujuan anda dengan hanya duduk manis didepan gadget.

Adapun perusahaan yang sedang populer di Indonesia adalah Shopee. Shopee merupakan salah satu tempat berbelanja online paling populer di Indonesia, dari riset yang telah dilakukan oleh iPrice.co.id menyatakan bahwa shopee merupakan aplikasi dengan *Monthly Active Users* (MAU) atau biasa disebut jumlah pengguna aktif bulanan dan jumlah unduhan terbesar di Asia Tenggara, selain di Indonesia shopee juga hadir di Vietnam, Malaysia dan juga Singapura.



Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung dan Penjualan di Shopee pada produk Kapsul Curah Herbal per tahun 2021

Menurut data statistik yang dihimpun oleh perusahaan CV Master Bintang di marketplace shopee pada tahun 2021 memiliki jumlah 59.421 Pengunjung per tahun 2021. Sedangkan data Statistik Penjualan kapsul curah herbal mencapai Rp. 319.299,04K pertahun 2021.



Gambar 1. 2 Jumlah Pengunjung dan Penjualan di Shopee pada produk KapsulCurah Herbal per tahun 2022

Sumber : Shopee pada akun Masterherbalindo 99

Pada data tahun 2022 CV Master Bintang memiliki jumlah 127.424 Pengunjung per tahun 2022. Dan data Statistik Penjualan kapsul curah herbal mencapai Rp. 677.323,61K pertahun 2022. Yang arti nya CV Master Bintang memiliki peningkatan pertahunnya.

Keputusan pembelian memiliki arti yang penting bagi produk Kapsul Curah Herbal, karena dengan memahami keputusan pembeli konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada.

Keputusan pembelian yaitu tindakan dari setiap seseorang untuk membeli atau mengonsumsi suatu produk baik barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan dirinya menanggung risiko yang mungkin ditimbulkannya. Perusahaan sudah tentu mengharapkan keputusan pembelian yang tinggi, oleh karena itu setiap perusahaan berlomba-lomba untuk mencari faktor-faktor apa saja yang sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian.

Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu ulasan produk secara online, karena dapat meningkatkan kepercayaan konsumen maupun calon konsumen. Pada dasarnya ulasan produk secara online adalah bentuk *electronic World Of Mouth* (eWOM) berupa komentar atau kata-kata jujur yang diberikan oleh konsumen kepada penjual. Sedangkan penilaian konsumen secara online merupakan komentar yang diberikan oleh konsumen kepada penjual tetapi bukan dalam bentuk kata-kata melainkan dalam bentuk tertentu, biasanya dalam bentuk bintang 1 hingga bintang 5. Ditandai dengan semakin banyaknya bintang yang diberikan, maka menunjukkan nilai yang lebih baik atau para konsumen menyukai produk yang telah diberi secara online.

Contoh ulasan produk secara online pada pembelian produk kapsul curah herbal di shopee:



Gambar 1. 3 Ulasan Produk di Shopee

Sumber : Shopee pada akun Masterherbalindo99

Berdasarkan dari gambar di atas, ulasan produk dari para konsumen menunjukkan bahwa masih belum maksimalnya dalam melayani para konsumen. Karena ulasan mengakibatkan ketidak nyamanan konsumen dapat berpengaruh buruk pada keputusan pembelian bagi para konsumen maupun calon konsumen lain. Karena berbelanja secara online informasi pertama yang akan dilihat oleh para konsumen adalah ulasan dari konsumen lain sehingga CV Master Bintang harus lebih memperhatikan para konsumen untuk meningkatkan keputusan pembelian. Foto produk yang ditampilkan oleh penjual serta ulasan produk yang ada di shopee berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pria dan Wanita.

Selain ulasan produk, faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah Kepercayaan. Kepercayaan dari pelanggan dapat ditentukan dari sikap dan keputusan pembeli mengenai produk yang telah

dibelinya. Kepercayaan juga timbul dari akibat banyak informasi yang diperoleh, seperti promosi serta ulasan produk yang bisa membantu konsumen untuk memperoleh informasi-informasi supaya dapat meningkatkan kepercayaan sehingga memutuskan melakukan pembelian (Aningtyas & Supriyono, 2022). Serta shopee membangun kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas layanan dan menawarkan fitur-fitur menarik seperti gratis ongkir kirim, menjanjikan konsumen transaksi pembelian, dan memberikan jaminan keamanan mulai dari transaksi yang aman hingga yang dengan penjual di aplikasi shopee (Agustiningrum & Andjarwati, 2021). Kepercayaan pembeli adalah kunci terpenting. Karena transaksi dilakukan secara online, penjual dan pembeli tidak saling berhadapan (Ilmiyah & Krishnawan, 2020) mengenai keamanan toko, shopee menjamin system jaminan dan juga menawarkan rekening Bersama untuk melindungi konsumen dari penipuan.

Dari uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan memilih judul **“Pengaruh Ulasan Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kapsul Curah Herbal di CV Master Bintang pada Marketplace Shopee ”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kapsul Curah Herbal di CV Master Bintang Pada Marketplace Shopee?
2. Apakah terdapat Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kapsul Curah Herbal di CV Master Bintang pada Marketplace Shopee?
3. Apakah terdapat Pengaruh Ulasan Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kapsul Curah Herbal di CV master Bintang pada Marketplace Shopee?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kapsul Curah Herbal di CV Master Bintang Pada Marketplace Shopee.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kapsul Curah Herbal di CV Master Bintang pada Marketplace Shopee.

3. Untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Ulasan Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kapsul Curah Herbal di CV master Bintang pada Marketplace Shopee.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap adanya manfaat yang didapat dalam penelitian antara lain:

1. Secara Teoritis

- a. Bagi Akademis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan dan peningkatan ilmu pengetahuan, bisa menjadi sebuah hasil karya yang mampu dipercaya dan bisa dijadikan referensi atau penambah Pustaka bagi peneliti lain yang mengangkat permasalahan ini.

- b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menambah dan memperbanyak wawasan peneliti. Utamanya dalam bidang ilmu manajemen pemasaran mengenai Pengaruh Ulasan Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian.

2. Secara Praktis

Diharapkan dapat menjadi bahan acuan CV Master Bintang dalam menerapkan strategi periklanan dan riset pasar, serta lebih jauh mempromosikan dan mengembangkan produknya untuk



menjangkau masyarakat sehingga konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Adanya penulisan sistematika bertujuan untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan. Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan masalah dan sistematika penulisan yang berupa isi bab yang terdapat dalam skripsi.

### **BAB II TINJUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini membahas mengenai landasan teori yang berhubungan dengan topik penelitian, yaitu metode Ulasan Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian serta kerangka pemikiran dan hipotesis yang menjelaskan secara ringkas hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yang akan diteliti.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini peneliti membahas mengenai bagaimana peneliti melakukan desain penelitian, tahapan penelitian, jenis data dan cara pengambilan sampel, metode analisa data, teknik pengumpulan.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas terkait objek penelitian, hasil olah data, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN**

Pada bab terakhir penelitian ini, peneliti membahas mengenai kesimpulan dan seluruh hasil dari penelitian yang dilakukan serta saran yang diharapkan dapat bermanfaat dari peneliti kepada pihak yang terkait.

