BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Roda industri *fashion* tanah air kini terus berputar memunculkan tren-tren baru, menjadi salah satu kebutuhan manusia dan berlomba untuk tampil semakin kece dan menarik, mengikuti perkembangan *up to date* zaman. Salah satunya adalah tren sepatu. Sehingga perkembangan industri *fashion* berkembang pesat. Inovasi-inovasi yang dilakukan produsen sepatu membuat penggemar tipe sepatu ini semakin bertambah dan berkembang. Khususnya sepatu ventela, *brand* lokal terbaru yang memproduksi sneakers. Maka dari itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian. Hal tersebut membuktikan bahwa permintaan akan sepatu di Indonesia mengalami kenaikan.

Para era digital saat ini, teknologi berperan penting dalam kehidupan manusia. Selain Televisi dan media cetak, salah satu media yang efisien dalam melakukan periklanan adalah internet. Pengguna internet di Indonesia sebanyak 204, 7 juta pengguna internet di Indonesia pada januari 2022. Tingkat penetrasi internet Indonesia mencapau 73,7 persen dari total populasi pada awal tahun 2022. Diantaranya pengguna media sosial yang paling banyak diakses pengguna diantaranya Youtube, Instagram, Whatsapp, Facebook, dan lain-lain.

Sumber: TiNewss.Com

Pada saat ini, telah banyak muncul aplikasi belanja online yang menawarkan produk serta bertransaksi jual beli. Dari aplikasi belanja online tersebut tidak hanya dari beberapa kalangan saja tetapi hampir setiap orang pasti sudah mengenal dan menggunakan aplikasi belanja online. Apalagi di kalangan pelajar atau mahasiswa yang setiap hari menggunakan gadget menjadi salah satu pengguna aplikasi belanja online. Kini telah banyak

muncul aplikasi belanja online yang cukup diminati seperti Shopee, Tokopedia, Lazada dan lainnya.

Perusahaan riset pasar dunia, lpsos, merilis hasil riset terkait persaingan dalam indsustri *e-commerce* di Indonesia pada akhir 2021. Berdasarkan riset tersebut, terdapat tiga platform besar yang menjadi pemain utama di Indonesia. Adapun Shopee berada diurutan paling atas sebagai *e-commerce* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dengan disusul oleh Tokopedia diurutan kedua dan Lazada diurutan ketiga

Sumber: Kompas.com

Untuk konsumen melakukan pembelian barang, pasti konsumen kebanyakan mencari data terlebih dahulu lewat berbagai macam cara, diantaranya yaitu dengan melihat *review* di Shopee beberapa konsumen yang sudah membelinya, ulasan konsumen dikolom komentar aplikasi tersebut. Mulai lihat dari kelebihan dan kekurangan, spesifikasi, setiap belanja pasti konsumen butuh mencari informasi yang lebih tentang produk yang mau dibelinya untuk meminimalkan dampak kekurangan yang diterima. Dengan ini cara yang paling mudah mencari informasi tersebut yaitu dengan melihat *review* dan *rating*.

Komunikasi *review online* lebih mudah diakses dan tersedia terus menerus ketimbang tradisional *offline* karena pesan yang disajikan berbasis untuk waktu yang tidak terbatas. Komunitas *virtual* memberikan pengaruh yang besar. Rekomendasi dapat dibuat secara *virtual* dan konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya. Informasi yang diberikan dapat tersebar secara cepat baik di dalam maupun di luar komunitas *virtual*. *Consumer review* ini akan berpengaruh pada peningkatan karena secara tidak langsung konsumen ikut mempromosikan suatu produk berdasarkan pengalaman yang ia peroleh pada konsumen lain melalui *review online*, karena itu lebih mudah diakses.

Perusahaan Ventela merupakan perusahaan lokal asli buatan Indonesia yang diperkenalkan pada tahun 2017 oleh William Ventela setelah melalui 20 tahun pengalaman membuat sepatu. Awal berdiri brand Ventela memang brand kelas bawah yang semua orang belum mengenalnya. Menurut

pengamat sneakers Tirta Mandira Hudhi atau lebih dikenal dengan Dr. Tirta menyebutkan setidaknya ada 5 merek sepatu lokal Indonesia yang terbaik.

Pada tahun 2019-2020 sepatu Ventela termasuk dalam kategori 5 sepatu di Indonesia, sebagai berikut:

Tabel 1 Merek Sepatu Lokal Terbaik di Indonesia Tahun 2019-2020

No	Merek
1.	Compass
2.	Ventela
3.	League
4.	Picro
5.	Sagara Boots

Sumber: Indiemarket.news

Tabel 1 menunjukkan bahwa pada tahun 2019 sampai 2020 Ventela selalu berada pada posisi 5 terbaik. Namun dengan segala keunggulan dan kualitas yang dimiliki ventela, ventela menempati posisi kedua selama 2019 sampai 2020 lalu.

Tabel 2 Tahun 2021 5 Brand Sepatu Lokal Terbaik

No	Merek	Gambar
1.	**Aero Street**	
2.	Ventela Shoes	
3.	Compass	

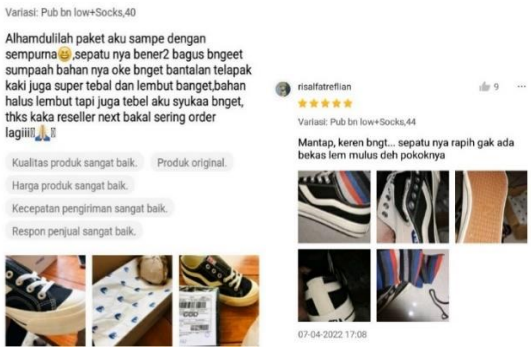
4.	Sage Footwear	
5.	**Piero Indonesia**	

Sumber : Stylo.grid.id

Tabel 2 menunjukkan bahwa pada tahun 2021 Ventela masih berada pada posisi ke 2 dari 5 sepatu terbaik selama 2021.

Adapun fenomena yang saya amati dalam segi review di media sosial, konsumen dari segi kualitas produknya yang terkadang barang yang direview oleh konsumen berbeda dengan kualitas yang di pasarkan oleh penjual. Mulai dari barangnya mengalami rusak dibagian jaitan ataupun di bagian solnya lalu terkadang ukuran sepatu yang dikirimkan berbeda. Dan banyak ulasan yang diberikan konsumen kepada produk sepatu yang berulasan negatif karena tidak sesuai dengan produknya.

Berikut beberapa review konsumen di Shopee sebagai berikut:



Gambar 1 *Review* kualitas Bagus

Gambar 2 *Review* Kualitas Tidak Bagus

Sumber: Shopee 2022

Tabel 3 Review Negatif Konsumen Sepatu Ventela di Shopee

No	Nama	Review
1.	Handikakrnwn	Nomer 37 kegedean ga sesuai ga bisa di pake jadinya
2.	Irvaaanrds	Warna tidak sesuai
3.	Gbchugzrmp	Sepatu original, tapi size kebesaran
4.	Ivonila2610	Beli ukuran 37, dikirim ukuran 41. Jelas-jelas gak bisa dipakai karena bener-bener kebesaran
5.	lissaanggraeni09	Ukuran tidak sesuai, saya pesen 37, 38 dikirimnya 40 satunya
6.	Muhamadrusdia	Mohon maaf ini ga amanah pesenannya, padahal saya bukan pesen yang ini, haduhh, lain kali jangan kaya gini lagi ya

7.	Della111q1	Saya pesen BN low yang dikasih BW low gak bisa ke pake nih sepatunya, adminnya bener-bener slow respon gak perduli sama customer! Parah banget udah dibilang sepatunya kegedean sampe capek bgt minta tolong di respon! Bener-bener gak ramah.

Sumber: Shopee 2022

Gambar 1, gambar 2 dan tabel 3 menunjukkan bahwa beberapa yang di*review* oleh konsumen menjukkan tidak selamanya sepatu yang di*review* bagus, namun ada beberapa konsumen yang memberikan bintang 1 karena barang yang dikirim tidak sesuai dengan yang diharapkan. Kebanyakan yang direview oleh mereka adalah sepatu yang dikirim beda ukuran. Oleh karena itu *review* dari konsumen sangat mempengaruhi pada keputusan pembelian.

Selain *online consumer review*, kualitas produk juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Ventela brand sepatu lokal yang lagi naik daun, karena memproduksi sneakers dengan harga yang relatif murah, tetapi ada sedikit masalah dari kualitas produk sepatu, dari segi tekstur ketika baru dipakai sekali bahannya agak sedikit keras, untuk itu perusahaan lebih menampilkan dan mengeluarkan kualitas sepatu yang bagus untuk para konsumen.

Hal ini membuat peneliti tertarik untuk diteliti mengenai keputusan pembelian produk sepatu Ventela dengan kualitas dan desain yang dimiliki.

Harga sebuah produk dan keragaman desain merupakan faktor penentu utama permintaan pasar. Harga adalah salah satu variabel penting dalam pemasaran, karena harga dapat mempengaruhi konsumen untuk tertarik membeli suatu produk. Konsumen menginginkan sepatu dengan harga yang sesuai dengan

kualitas yang diberikan oleh perusahaan yang menjual sepatu tersebut. Karena banyak orang yang beranggapan semakin mahal harga sepatu maka semakin bagus kualitas dari sepatu tersebut. Harga yang ditawarkan produk sepatu bervariasi, sepatu ventela menawarkan harga tergantung dari variasi model dan desain warna dengan kisaran harga 180 ribu sampai 350 ribu.

Keputusan untuk membeli merupakan proses dalam pembelian yang nyata. Bila konsumen memutuskan untuk membeli konsumen akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut jenis produk, merek, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayarannya. Pada saat ini persaingan sepatu yang semakin tinggi dengan kualitas yang nyaman dan bagus, mengakibatkan perusahaan ventela yang kalah saing dengan kualitas sepatu lainnya, hal ini mengakibatkan keputusan pembelian sepatu merek ventela semakin menurun. Dan target perusahaan belum tercapai. Untuk itu perusahaan perusahaan perlu melakukan *market research* agar mendapatkan ide atau pertimbangan dalam mengeluarkan sepatu yang kualitasnya bagus.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti membuat judul **"Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee (studi kasus pada konsumen sepatu ventela di Bekasi)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah online consumer review berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu ventela?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu ventela?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu ventela?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh online consumer review terhadap keputusan pembelian sepatu ventela
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu ventela
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu ventela

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat, baik secara langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pihak.

Adapun manfaat dari penelitian adalah :

Manfaat Teoritis

1. Dari penelitian ini diharapkan akan menambah ilmu pengetahuan dan penerapannya ke dalam dunia praktek Manajemen Pemasaran khususnya tentang pengaruh online consumer review, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu ventela di marketplace shopee dapat digunkan untuk membandingkan dan menerapkan ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah dengan kenyataan di lapangan.

Manfaat Praktis

2. Sebagai bahan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan dalam menentukan kebijakan dan strategi yang tepat dalam rangka upaya meningkatkan penjualan, sehingga hasil yang diharapkan tercapai dan memenuhi kebutuhan perusahaan.
3. Memberikan beberapa informasi kepada pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan perbandingan bagi penelitian lain sebagai

wujud Universitas Bhayangkara Jakarta Raya umumnya dari Fakultas Ekonomi pada khususnya Program Studi Manajemen.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang luas maka penulis perlu melakukan pembatasan masalah yang hanya pada "Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela di Marketplace Shopee" sehingga apa yang diuraikan pada penelitian tidak akan menyimpang dari permasalahan yang diidentifikasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penulisan dan mendapatkan gambaran secara ringkas mengenai skripsi ini, maka sistem penulisannya dibagi dalam lima bab yang secara garis besar disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustakan berisi urutan singkat dari hasil-hasil penelitian terdahulu yang ada hubungannya dengan permasalahan yang akan ditinjau dalam tugas akhir ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas profil perusahaan, hasil analisis data dan perusahaan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan hasil seluruh penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, serta mengemukakan saran yang berkaitan dengan permasalahan yang telah dibahas dalam penelitian skripsi ini