

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di masa digital, pertumbuhan teknologi serta internet sudah mengganti sikap belanja jadi online. Pemakaian teknologi data terus menjadi bertambah dalam perdagangan, sedangkan mobilitas yang besar memerlukan layanan yang praktis cocok permintaan pengguna. Teknologi data serta komunikasi sudah menolong menanggulangi permasalahan sosial serta ekonomi. Bersumber pada laporan We Are Social, Indonesia jadi negeri yang sangat gemar berbelanja online, dengan 90% pengguna internet sempat melaksanakan belanja online(Mufliah et angkatan laut(AL)., 2023)

Oleh sebab itu, owner bisnis menggunakan Shopee selaku lahan potensial buat berbisnis secara online. Buat memperluas pemasaran serta tingkatan penjualan, pelakon bisnis online, paling utama di Instagram, butuh melaksanakan pemasaran yang efisien buat menarik pelanggan. Dalam melaksanakan belanja online, mempunyai smartphone yang mencukupi sangat berarti. Infinix jadi salah satu opsi sebab kualitasnya yang terpercaya serta harga yang terjangkau.

Dalam masa globalisasi ini, pemakaian teknologi data terus menjadi bertambah dalam dunia perdagangan. Tahun kemudian, deretan Hp Infinix terkini sanggup menarik atensi pengguna hp di Tanah Air. Harga hp Infinix yang terjangkau dengan spesifikasi apik jadi alibi utama. Infinix didirikan pada

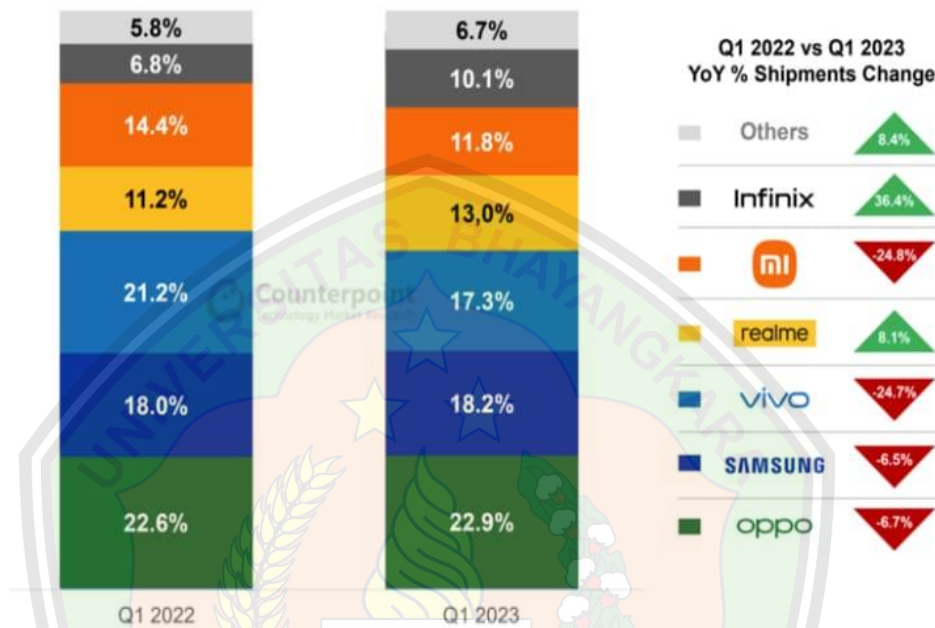
2013 serta berbasis di Hongkong, dengan fokus pemasaran di Asia Tenggara, Asia Selatan, serta Amerika Latin.

Menurut (Fauzan & Rohman, 2020) minat beli didapat dari proses belajar serta pemikiran yang membentuk sesuatu pemikiran. Atensi beli pula jadi salah satu aspek yang mempunyai pengaruh besar terhadap perilaku sikap yang membuktikan reaksi kemauan konsumen buat melaksanakan pembelian. Seorang yang memiliki kemauan terhadap sesuatu produk hendak mempunyai kekuatan ataupun kemauan buat memperoleh produk tersebut.(Dewi& Rafida, 2023) Buat meningkatkan minat beli terhadap Smartphone Infinix hingga butuh mencermati desain dari produk tersebut

Desain produk ialah totalitas nilai produk umumnya mempunyai penampilan menarik yang jadi diferensiasi dengan produk pesaing, desain pula dapat menghasilkan ketertarikan sendiri sehingga bisa nampak menarik(Putra, 2020). Kotler berkata kalau 3 komponen terdiri dari penanda desain produk: kesesuaian(mutu kesesuaian), tahan lama(tahan lama), serta model(style). Kesesuaian(mutu kesesuaian): Konsumen mengharapkan mutu yang dialami cocok dengan janji industri. Tingkatan kesesuaian yang lebih besar tingkatan kepuasan pelanggan, energi Tahan(durability) sesuatu produk bisa bertahan dalam keadaan wajar serta tekanan diucap ketahanan. Konsumen mengharapkan produk senantiasa tahan lama walaupun digunakan dalam keadaan apa juga, model(gaya) model memastikan seberapa jauh sesuatu produk nampak serta menarik untuk pelanggan. Ciri karakteristi produk yang susah buat dicontoh jadi keuntungan.(Sonia, 2024). pesona ataupun energi tarik visual yang berasal dari

Desain produk menetapkan pada performa ataupun tampilan produk yang memiliki elemen grafis cenderung bisa atensi dari calon konsumen. Desain produk ialah totalitas nilai produk umumnya mempunyai penampilan menarik yang jadi diferensiasi dengan produk pesaing, desain pula dapat menghasilkan ketertarikan sendiri sehingga bisa nampak menarik(Putra, 2020). Kotler berkata kalau 3 komponen terdiri dari penanda desain produk: kesesuaian(mutu kesesuaian), tahan lama(tahan lama), serta model(style). Kesesuaian(mutu kesesuaian): Konsumen mengharapkan mutu yang dialami cocok dengan janji industri. Tingkatan kesesuaian yang lebih besar tingkatan kepuasan pelanggan, energi Tahan(durability) sesuatu produk bisa bertahan dalam keadaan wajar serta tekanan diucap ketahanan. Konsumen mengharapkan produk senantiasa tahan lama walaupun digunakan dalam keadaan apa juga, model(gaya) model memastikan seberapa jauh sesuatu produk nampak serta menarik untuk pelanggan. Ciri karakteristi produk yang susah buat dicontoh jadi keuntungan.(Sonia, 2024). pesona ataupun energi tarik visual yang berasal dari Desain produk menetapkan pada performa ataupun tampilan produk yang memiliki elemen grafis cenderung bisa atensi dari calon konsumen. Selain itu Infinix juga adalah Perusahaan Electronic di bidang Smartphone ternama di Dunia selalu mengedepankan pelanggan nya untuk selalu menciptakan hp terbaik di pasaran Menurut (Samosir et al., 2023) Harga wajib cocok dengan anggapan konsumen tentang produk yang hendak di tawarkan. Penetapan harga yang berorientasi efisien mencakup menguasai berapa besar nilai yang ditempatkan konsumen atas khasiat yang mereka terima dari produk tersebut serta penetapan harga yang

cocok dengan nilai. Infinix menawarkan produknya dengan minimum harga produk 1 jutaan. Harga yang sebanding hendak lebih memunculkan atensi beli terhadap produk yang dijual.



Gambar 1.1 Pengguna Smartphone Infinix

Sumber: Tekno.kompas.com

Gambar 1.1 menunjukkan hasil pengiriman ponsel Infinix pada periode tersebut naik 36,4 % yang menjadikan angka pertumbuhan terbesar dibandingkan 6 besar vendor smartphone di Indonesia. Sedangkan kontribusi Infinix pada pertumbuhan segmen ponsel entry-level di Indonesia disebut oleh Counterpoint mencapai 44,6% ,dibanding kuartal yang sama tahun 2022.

Harga memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi minat konsumen akan suatu produk. Pada penelitian (Rinawati et al., 2023), Kualitas produk, daya

tarik iklan dan potongan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat beli konsumen untuk mengkonsumsi smartphone infinix. Harga adalah sesuatu yang harus diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. Bagi pelanggan harga merupakan hal yang penting karena mampu membuat pelanggan memperoleh keuntungan dari segi harga yang bersaing dengan produk produk Smartphone serupa dipasaran. Produk yang mampu memberikan keuntungan, harga jual yang kompetitif dan skema pembayaran yang lunak akan memungkinkan pengguna memperoleh margin keuntungan yang lebih tinggi. Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam pemilihan merek yang berkaitan dengan keputusan membeli konsumen. Ketika memilih diantara merek-merek yang ada, konsumen akan mengevaluasi harga secara absolut tetapi dengan membandingkan beberapa standar harga sebagai referensi untuk melakukan pembelian oleh karena itu. Maka sangat penting untuk mengetahui pengaruh Testimoni desain produk dan harga terhadap minat beli smartphone android Infinix.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa testimoni, desain produk, dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsuen. Misalnya, testimonial positif dari pengguna sebelumnya dapat meningkatkan minat beli (Agha et al., 2019). Begitu pula, desain produk yang menarik dapat mempengaruhi minat beli konsumen (Chang & Chen, 2019), sementara harga yang kompetitif juga dapat meningkatkan minat beli (Khan et al., 2020). Dalam konteks penjualan smartphone Android Infinix di platform Shopee, faktor- faktor

ini dapat menjadi penentu penting dalam meningkatkan minat beli konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengeksplorasi hubungan antara testimoni, desain produk, dan harga dengan minat beli konsumen dengan fokus pada pengguna Smartphone Infinix di Perumahan Griya Asri 2 Kabupaten Bekasi.

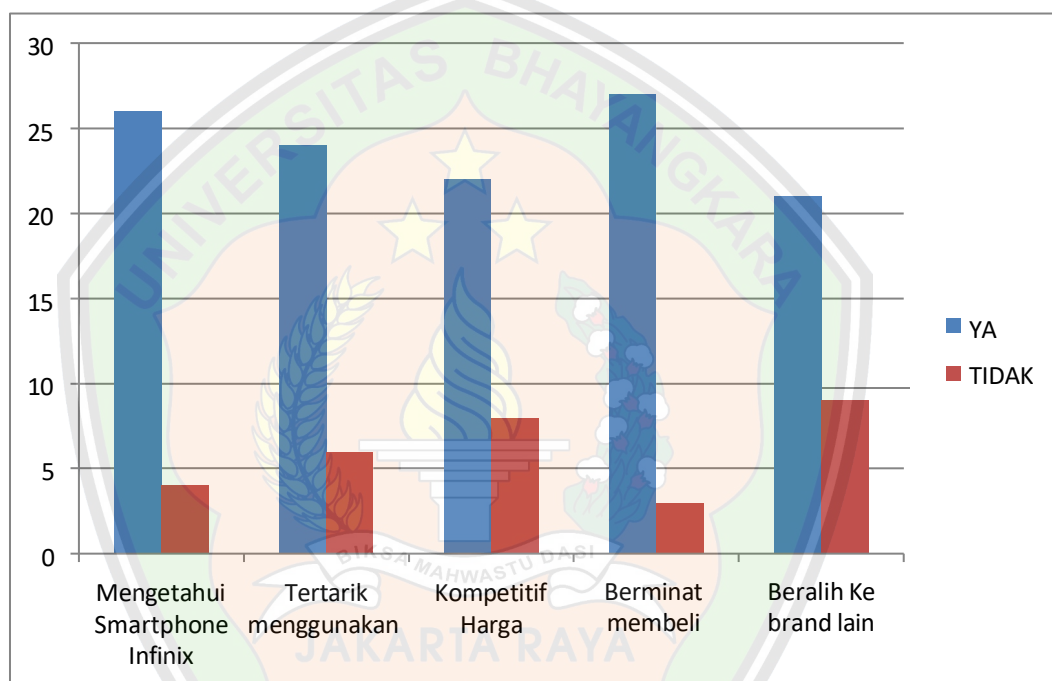
Berdasarkan data Pra-Survey yang di dapat dari 30 orang Responden yang Berniat untuk membeli Smartphone Infinix. Dibawah ini merupakan salah satu data pra-survey Minat beli Smartphone Infinix pada tahun 2024 :

Tabel 1. 1 Data Pra-Survey Minat beli Smartphone Infinix

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
1	Apakah anda pernah mendengar Smartphone Infinix sebelumnya	26	86,7%	4	13,3%
2	Apakah anda tertarik untuk menggunakan Smartphone Infinix	24	80%	6	20%
3	Apakah anda merasa Harga Smartphone Infinix sesuai dengan nilai yang di tawarkan	22	73,3%	8	26,7%
4	Apakah anda akan mempertimbangkan untuk membeli Smartphone Infinix dalam Waktudekat	27	90%	3	10%

5	Apakah anda pernah berniat untuk membeli Produk serupa dari Brand lain?	21	70%	9	30%
Rata rata			80%		20%

Sumber: Data diolah peneliti 2024



Gambar 1. 2 Pra Survey Minat Beli Smartphone Infinix

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan Table dan Diagram Pra-Survey bisa disimpulkan bahwa minat beli Smartphone Infinix masi rendah pembelinya dikarenakan kurang nya minat beli yang dirasakan oleh konsumen. Hal ini terlihat dari presentase konsumen yang menjawab “Tidak” sebesar 20%. Dalam meningkatkan minat beli, faktor yang berdampak pada minat beli salah satu yakni testimoni desain produk. Selain

testimoni, desain produk dan harga yang menjadi faktor pendorong konsumen menarik lebih banyak pelanggan. Namun, jika Minat beli berkurang akibat Desain produk yang dianggap kurang bagus, hal ini bisa mendorong konsumen untuk ke Smartphone lain. Selain itu, penghuni akan cenderung mempertimbangkan harga serta testimoni pada produk Infinix dalam menentukan apakah tetap membeli atau memilih Smartphone lain yang mungkin menawarkan Smartphone yang lebih baik.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu, salah satunya penelitian (Dewi&Rohman,2020) Minat beli jadi salah satu aspek yang mempunyai pengaruh besar terhadap perilaku sikap yang membuktikan reaksi kemauan konsumen buat melaksanakan pembelian. Seorang yang memiliki kemauan terhadap sesuatu produk hendak mempunyai kekuatan ataupun kemauan buat memperoleh produk tersebut

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Wilayah Griya Asri 2 dengan judul **Pengaruh Testimoni, Desain Produk dan Harga terhadap Minat Beli Smartphone Android Infinix di Shopee (Studi Kasus Perumahan Griya Asri 2 Kabupaten Bekasi).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan di atas maka perumusan masalah yang akan di kaji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh pada Testimoni terhadap Minat beli smartphone

Infinix?

2. Apakah terdapat pengaruh pada Desain produk terhadap minat beli smartphone

Infinix?

3. Apakah terdapat pengaruh pada harga terhadap Minat beli smartphone Infinix?

4. Apakah Testimoni, Desain produk dan harga bersama sama berpengaruh terhadap Minat beli?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah di uraikan di atas maka tujuan penelitian yang akan di kaji dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bahwa testimoni berpengaruh terhadap minat beli Smartphone Infinix di marketplace Shopee
2. Untuk mengetahui bahwa Desain produk berpengaruh terhadap minat beli Smartphone Infinix di marketplace Shopee
3. Untuk mengetahui bahwa Harga berpengaruh terhadap minat beli Smartphone Infinix di marketplace Shopee
4. Untuk mengetahui bahwa Testimoni, Desain produk dan harga berpengaruh bersama sama terhadap minat beli Smartphone Infinix di marketplace Shopee

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang luas dan

baru, sehingga peneliti mampu memberikan informasi yang terbaru dan berbeda dari penelitian sebelumnya.

- b. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi suatu bukti nyata terkait dengan teori Testimoni dan Desain produk, dan Harga dan minat beli.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi para akademisi berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku minat beli di kalangan pelanggan E-Commerce Shopee.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan bagi ecommerce yaitu marketplace, peretail elektronik terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli khususnya pada pelanggan e-commerce aplikasi ataupun website Shopee yang dapat digunakan oleh pemasar sebagai pertimbangan dalam membuat strategi maupun program program pemasaran yang tepat agar dapat unggul dalam berkompetisi dan dapat meningkatkan penjualannya.

3. Manfaat akademis

Hasil penelitian ini dapat menambah dan menjadikan referensi di bidang pemasaran, terutama dalam konsep strategi marketing.

1.5 Batasan Masalah

Pada penulisan ini, peneliti memberikan batasan masalah yang ditentukan untuk menghindari ruang lingkup pokok masalah yang ada, sehingga peneliti dapat memfokuskan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pembahasan yang

akan diteliti yaitu tentang pengaruh testimoni desain produk dan harga terhadap minat beli Smartphone Infinix di shopee. Studi di batasi pada responden yang menggunakan aplikasi shopee di daerah Griya Asri 2 Kabupaten Bekasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam membahas permasalahan dalam penulisan. Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan yang terdapat dalam skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas landasan teori yang di bahas oleh Peneliti yaitu Testimoni Desain Produk dan Harga terhadap Minat beli Smartphone Infinix di Shopee. Adapun penulisan kerangka teori dan hipotesis yang menjelaskan hubungan antara variable bebas dan terikat pada permasalahan yang terkait.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang tahapan penelitian, model konseptual penelitian, waktu dan tempat penelitian, metode

pengambilan sample dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV menganalisa hasil data dari jawaban responden dilakukannyapengolaan data dengan menggunakan software SPSS 2.9 dapat diperoleh hasil data pada setiap variabel *Testimoni* (X1), Desain produk (X2), Harga (X3) dan Minat Beli (Y). Menganalisis data dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel *Testimoni* (X1), Desain Produk (X2), harga (X3) dan Minat Beli (Y) secara parsial dan simultan untuk mengetahui apakah jawaban pada setiap pernyataan dapat diterima atau ditolak.

BAB V PENUTUP

Pada Bab V berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan implikasi manajerial dari penelitian. Maka, hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa *Testimoni* terhadap Minat beli berpengaruh positif dan signifikan (H1 diterima). Desain produk terhadap Minat beli berpengaruh positif dan signifikan (H2 diterima). *Harga* terhadap Minat beli Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan (H3 diterima).