



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, globalisasi di bidang teknologi dan informasi semakin berkembang pesat di seluruh dunia. Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat juga diikuti dengan semakin banyaknya jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun. Hal ini membuat masyarakat dari yang tua hingga muda dapat menggunakan teknologi dengan baik, mulai dari mengakses youtube hingga aplikasi belanja online.

Dengan perkembangan internet yang semakin pesat dan bertambahnya jumlah pengguna internet dari tahun ke tahun, hal ini menjadikan bisnis berbasis aplikasi menjadi marak bermunculan di Indonesia. Salah satu bisnis berbasis aplikasi yang berkembang di Indonesia adalah bisnis layanan belanja online yang dapat diakses melalui smartphone. Kehadiran layanan belanja online ini sangat berperan dalam memenuhi kebutuhan mobilitas masyarakat untuk melakukan berbagai kegiatan aktivitas sehari-hari secara cepat, mudah dan praktis. Pada saat ini, sudah ada beberapa perusahaan yang menyediakan layanan belanja online, tetapi yang menjadi pemain utama pada layanan belanja online di Indonesia sampai saat ini adalah Tokopedia dan Shopee. Kedua perusahaan tersebut menyediakan berbagai layanan lainnya seperti: belanja online dengan beberapa kategori, keuangan, dan lain sebagainya.

Aktivitas menjual dan membeli umumnya dilakukan secara langsung atau tatap muka antara penjual dan juga pembeli. Pembeli akan mengunjungi toko penjual untuk melakukan pembelian suatu barang ataupun jasa. Namun pada era perkembangan zaman ini kebutuhan manusia semakin kompleks sehingga proses jual beli pada masyarakat juga

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





yang mencapai \$1.1 miliar. Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa e-commerce yang berkembang di Indonesia meningkat sebanyak 17% didalam kurun waktu 10 tahun terakhir menghasilkan total usaha mencapai sebanyak 26.2 juta unit dan diperkirakan akan terus meningkat (Rahayu, 2019). Sebelum memutuskan pembelian suatu produk, hal-hal seperti kualitas produk, perbandingan harga, program promo (discount), Pelayanan Konsumen, hingga fitur aplikasi dari beberapa platform menjadi gaya belanja yang mendominasi

Terdapat banyak marketplace yang berada di Indonesia, berikut adalah marketplace yang memiliki kepopuleran dan dikenal oleh masyarakat Indonesia diantaranya adalah Shopee, Tokopedia, Zalora, Bukalapak, Blibli, Lazada dan lainnya. Dari beberapa marketplace yang telah disebutkan, PT Shopee International Indonesia (Shopee) adalah objek yang akan dibahas pada penelitian ini.

Perusahaan asal Singapura yang didirikan pada 2015 dan berkembang pesat pada setiap tahunnya. Shopee memperluas jangkauannya di berbagai negara termasuk Indonesia dan menjadi urutan kedua ritel online yang paling sering digunakan di Indonesia pada kuartal pertama per tahun 2022 menurut iprice. Shopee menduduki posisi kedua dengan jumlah pengunjung 132.776.700 dan dengan posisi pertama ditempati oleh Tokopedia dengan jumlah pengunjung sebanyak 157.223.300. Untuk data detail iprice pada kuartal 1 atau Q1 tahun 2022 adalah sebagai berikut:



Merchant	Monthly Web Visits	AppStore Rank	PlayStore Rank	Twitter	Instagram	Facebook	Number of Employees
1 Tokopedia	157,233,300	#2	#3	1,000,000	5,194,660	6,518,940	7,409
2 Shopee	132,776,700	#1	#1	778,100	8,518,710	25,087,130	6,232
3 Lazada	24,686,700	#3	#2	464,000	3,132,270	31,833,880	1,447
4 Bukalapak	23,096,700	#7	#7	239,300	1,857,790	2,511,780	2,915
5 Orami	19,953,300	n/a	n/a	5,690	16,200	350,680	247
6 Blibli	16,326,700	#6	#5	573,600	2,152,230	8,676,930	2,768
7 Ralali	8,883,300	#22	n/a	3,830	53,190	90,740	196
8 Zalora	2,776,700	#4	#8	7,460	756,890	8,012,210	271
9 JD ID	2,546,700	#8	#6	57,300	646,160	1,021,070	1,577
10 Bhinneka	2,360,000	#16	#12	66,100	42,220	1,028,810	606

**Gambar 1.1 Data Pengunjung Bulanan E-commerce menurut iPrice Q1 2022**

Shopee adalah platform jual beli yang menyediakan pengalaman berbelanja online dengan mudah, aman, dan cepat bagi pelanggan melalui dukungan pembayaran dan logistic yang kuat. Shopee menawarkan berbagai produk–produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer. Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi.

Beberapa faktor yang menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu Pengaruh Layanan, Kepercayaan Merek dan Persepsi Harga. Perusahaan harus mempertimbangkan kualitas layanan yang diberikan karena dengan meningkatkan kualitas layanan maka reputasi perusahaan akan meningkat sehingga perusahaan akan mendapatkan predikat yang baik dimata pelanggan. Demikian juga dengan harga, pemberian nilai harga yang sesuai dengan kualitas produk menjadikan pertimbangan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.









3. Untuk mengetahui seberapa pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian kategori fashion pria pada shopee dimasa pandemi COVID-19.

Hak cipta milik IBI KIE (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## G. Manfaat Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis sebagai berikut:

### 1. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan agar dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian kategori Fashion pria pada shopee dimasa pandemi COVID-19.

### 2. Manfaat Teoritis

#### a. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca mengenai pengaruh kualitas layanan, kepercayaan merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian kategori fashion pria pada shopee dimasa pandemi COVID-19.

#### b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan dan mengembangkan penelitian di masa yang akan datang, khususnya mengenai kualitas layanan, kepercayaan merek, persepsi harga dan keputusan pembelian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.