



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi semakin hari kian menunjukkan peningkatan yang signifikan. Perkembangan tersebut membuat penggunaan internet juga semakin banyak. Mungkin hampir seluruh masyarakat Indonesia tidak asing bahkan akrab dengan namanya internet dan bahkan internet sudah hampir menjadi kebutuhan untuk seluruh manusia saat ini. Kebutuhan manusia akan teknologi juga didukung dengan adanya perkembangan dalam segi ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, serta kemajuan internet dapat dikatakan bahwa saat ini banyak sekali dampak positif yang dapat kita rasakan. Salah satu manfaat yang dirasakan saat ini adalah dengan tersedianya aplikasi belanja *online* atau yang sering disebut dengan *marketplace*.

*Marketplace* adalah *platform* di mana penjual berkumpul dan bisa menjual barang atau jasa ke pelanggan meski tanpa bertemu secara fisik. Saat ini sudah banyak *marketplace* yang bermunculan di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dengan munculnya toko *online* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli, dan masih banyak lagi. Konsumen dapat bebas memilih *platform marketplace* yang dirasa aman dan nyaman untuk bertransaksi dalam mencari kategori produk yang dibutuhkan.

Shopee merupakan situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura yang dimiliki oleh Sea Limited, yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Saat ini Shopee menjual berbagai kebutuhan konsumen mulai dari fashion,

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.

*skincare*, kosmetik, produk makanan, pulsa, kuota internet, token listrik, perabot rumah tangga, perlengkapan hobi, alat tulis kantor, layanan pembelian makan *online*, dan berbagai produk lain baik lokal maupun manca Negara.

Gambar 1.1

### E-Commerce Dengan Kunjungan Tertinggi di Indonesia Awal 2023



Sumber : Goodstats.id (diakses 12 September 2023)

Gambar 1.1 menjelaskan bahwa Shopee berhasil mengungguli empat *platform marketplace* lain dengan memperoleh kunjungan terbanyak yaitu 165,8 Juta, disusul dengan Tokopedia dengan perolehan kunjungan sebesar 109,2 juta pengunjung, lalu di posisi ketiga di tempati oleh Lazada dengan kunjungan sebesar 82,5 juta pengunjung, disusul oleh Blibli dengan kunjungan 33 juta pengunjung, dan terakhir di tempati oleh Orami dengan perolehan kunjungan sebesar 21,4 juta pengunjung. Bukan tanpa alasan Shopee menjadi *platform marketplace* yang cukup digemari di masyarakat Indonesia



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.



saat ini. Dilansir dari Merdeka.com, (2023) di antara pemain *marketplace* di Indonesia, Shopee, Lazada, Tiktok *shop*, dan Tokopedia, berdasarkan hasil survei, Shopee menduduki peringkat pertama pada 4 indikator utama (BUMO, top of mind, share of holder, pangsa pasar nilai transaksi).

Berdasarkan indikator Brand Use Most Often (BUMO) atau merek yang paling sering digunakan, (61%) responden memilih Shopee, disusul dengan Tokopedia (22%), TikTok Shop (9%) dan Lazada (7%). Untuk indikator merek yang paling pertama diingat atau Top Of Mind, Shopee unggul di peringkat pertama dengan angka 70%, diikuti oleh Tokopedia (22%), Lazada (5%) dan TikTok *Shop* (2%). Indikator yang ketiga adalah pangsa pasar jumlah transaksi (share of order), Shopee berhasil mencatatkan pangsa pasar jumlah transaksi tertinggi dalam tiga bulan transaksi, yakni 51%, diikuti dengan Tokopedia (22%), TikTok *Shop* (11%) dan Lazada (8%). Pada indikator yang terakhir, pangsa pasar nilai transaksi, Shopee menduduki peringkat pertama yang mencatatkan pangsa pasar nilai transaksi terbesar, yaitu 46%. Peringkat kedua disusul oleh Tokopedia (26%), TikTok *Shop* (10%) dan Lazada (7%).

Kotler & Armstrong (2018:177) mendefinisikan keputusan pembelian adalah keputusan pembeli mengenai merek apa yang ingin dibeli. Keputusan pembelian merupakan salah satu proses keputusan yang diambil sebelum terjadinya proses pembelian. Biasanya dalam tahapan keputusan pembelian, konsumen akan dihadapkan dengan beberapa pilihan alternatif, pada tahap ini konsumen akan mempertimbangkan dan kemudian mengambil keputusan untuk membeli produk yang paling sesuai.

Salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen yaitu kualitas layanan. Faktor kualitas layanan cukup penting dalam menarik calon pembeli, Apabila kualitas layanan perusahaan tidak baik maka dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Menurut Tjiptono dalam Halim et al.,

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.



(2021:80) kualitas layanan adalah bagaimana kualitas layanan tersebut berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang dimiliki konsumen serta ketepatan penyampaian layanan tersebut untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas layanan memiliki kaitan dengan harapan serta kebutuhan pelanggan, semakin layanan memenuhi harapan dari pelanggan maka layanan tersebut semakin berkualitas.

Kualitas layanan yang baik kepada konsumen bukan hanya menjadi tanggung jawab para penjual yang ada di Shopee. Shopee sendiri sebagai *platform marketplace* utama juga bertanggung jawab untuk memberikan layanan terbaik kepada konsumen, salah satu upaya yang dilakukan oleh Shopee dalam memberikan layanan kepada konsumen adalah dengan menghadirkan fitur live chat yang terhubung langsung ke tim *customer service* yang siap 24 jam membantu konsumen yang mengalami kesulitan.

Selain upaya dalam memberikan kualitas layanan yang baik, Shopee juga menjalankan program promosi penjualan dalam strategi pemasarannya. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:425) Promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek yang digunakan untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Shopee memberikan insentif jangka pendek kepada konsumen berupa voucher nominal diskon berupa *cashback*, *Shopee coin*, dan voucher gratis ongkir yang dapat digunakan oleh konsumen dalam proses transaksi yang akan dilakukan.

Program-program promosi penjualan yang dijalankan oleh Shopee antara lain promo potongan harga, voucher diskon, dan voucher gratis ongkir. Berikut adalah contoh program promosi penjualan oleh Shopee melalui media sosial Instagram yang tertuang dalam gambar 1.2

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.



Gambar 1.2

**Promosi Penjualan Melalui Akun Instagram Resmi Shopee Indonesia 2023**

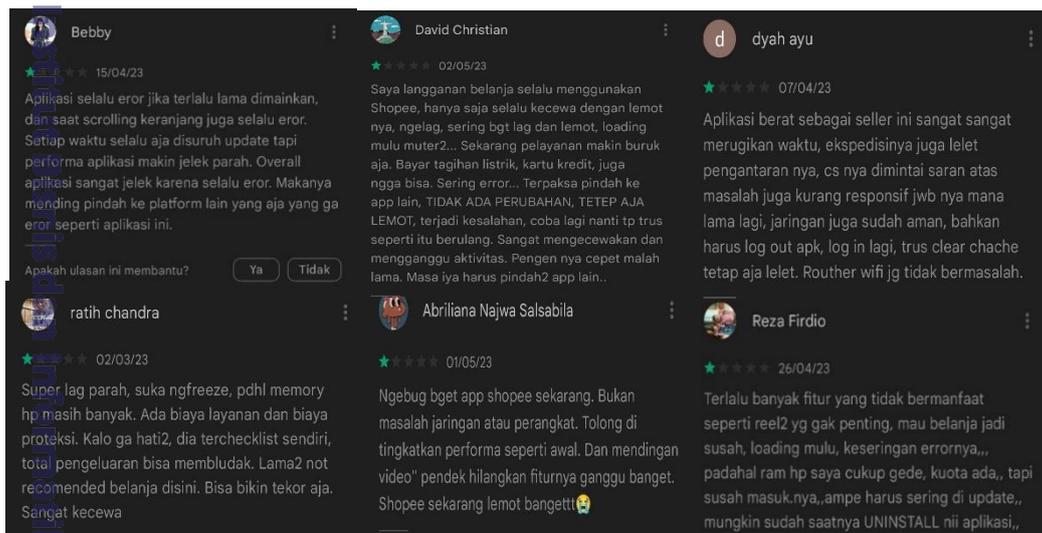


Sumber: [www.instagram.com](http://www.instagram.com) & [@shopee\\_id](http://Shopee.com) (Diakses 21 Mei 2023)

Shopee sebagai salah satu *marketplace* pilihan masyarakat Indonesia kenyataannya juga menghadapi beberapa komentar mengenai ketidakpuasan dari konsumen, bahkan tidak sedikit dari konsumen yang membandingkan Shopee dengan *platform marketplace* serupa.

Gambar 1.3

**Keluhan Konsumen Mengenai Aplikasi Shopee di App Store**



Sumber: *App Store* (diakses 21 Mei 2023)

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Berdasarkan gambar 1.3, peneliti menemukan beberapa keluhan dari konsumen mengenai layanan dan promosi yang diberikan pada Shopee melalui *App Store*. Salah satu pelanggan bernama Abriliana Najwa Salsabila menulis “ngebug banget app Shopee sekarang. Bukan masalah jaringan atau perangkat. Tolong di tingkatkan performa seperti awal. Dan mendingan video-video pendek hilangkan fiturnya ganggu banget, Shopee sekarang lemot banget”, komentar lainnya dikemukakan oleh Ratih Chandra yang menulis “super lag parah, suka ngfreeze, pdhl memory hp masih banyak. Ada biaya layanan dan biaya proteksi. Kalo ga hati2, dia terchecklist sendiri, total pengeluaran bisa membludak, lama2 not recomended belanja disini. Bisa bkin tekor aja. Sangat kecewa.”, komentar lainnya ditulis oleh Reza Firdio yaitu “terlalu banyak fitur yang tidak bermanfaat seperti reel2 yg gak penting, mau belanja jadi susah, loading mulu. Keseringan errornya... padahal ram hp saya cukup gede, kuota ada, tapi susah masuknya, ampe harus sering di upate.. mungkin sudah saatnya UNINSTALL ni aplikasi.”

Hal ini menjadi salah satu hal penting bagi Shopee untuk diperhatikan, karena dengan adanya *rating* buruk dapat mempengaruhi keyakinan calon konsumen untuk memilih Shopee sebagai pilihan utama dalam berbelanja online, atau bahkan dapat membuat calon konsumen beralih ke *marketplace* kompetitor lainnya. Maka dari itu akan jauh lebih baik jika Shopee memberi perhatian *extra* akan hal ini.

Berdasarkan uraian di atas, terlihat bahwa Shopee hingga saat ini sudah menjadi pilihan masyarakat Indonesia dalam hal belanja *online* di *marketplace*, namun sesuai data yang ada Shopee masih menghadapi komentar-komentar negatif dari konsumen mengenai layanan dan promosi penjualannya. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kualitas layanan, promosi penjualan, serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu penelitian ini memiliki judul “Pengaruh



kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen di *marketplace* Shopee”

## B. Identifikasi Masalah

Mengacu pada latar belakang tersebut, maka penelitian ini memiliki beberapa identifikasi masalah yaitu:

1. Apa yang membuat Shopee lebih diminati dibandingkan dengan *marketplace* lainnya?
2. Apakah Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee?
3. Apakah Promosi Penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee?

## C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah permasalahan tersebut, maka dirumuskan sebuah batasan masalah yaitu:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee?
2. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee?

## D. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa batasan penelitian yaitu:

1. Objek yang akan diteliti yaitu *marketplace* Shopee
2. Subjek yang akan diteliti yaitu Pengguna dari *marketplace* Shopee yang pernah berbelanja di *Marketplace* Shopee



3. Periode penelitian dilakukan dari bulan Maret 2023 - bulan September 2023

### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan di atas, maka rumusan masalah yang dibuat adalah apakah Kualitas layanan dan Promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di *Marketplace* belanja online Shopee

### F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen
2. Untuk mengetahui apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

### G. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan pemahaman bagi perusahaan akan pentingnya Kualitas layanan dan Promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Masyarakat

Bagi Masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi yang berguna untuk peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang serupa di masa yang akan datang, yang khususnya penelitian mengenai kualitas layanan dan Promosi Penjualan.