KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

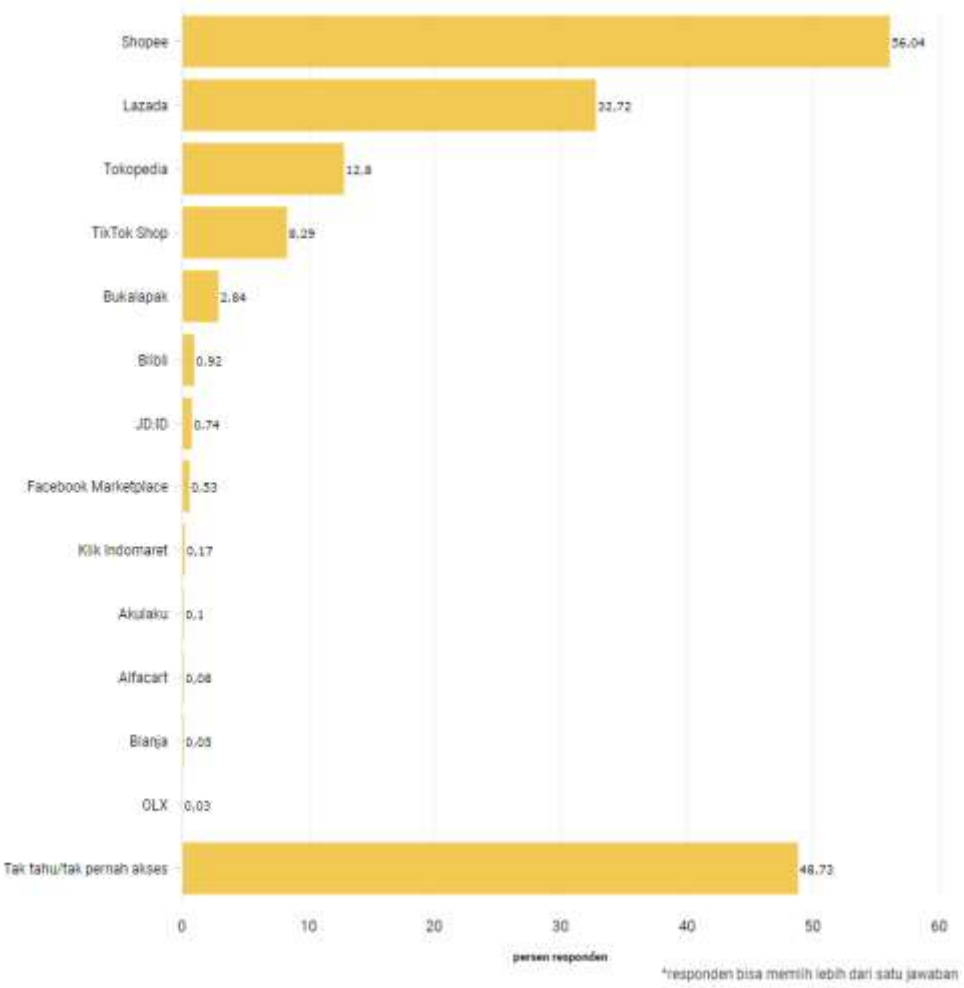
Di jaman sekarang ini yang semuanya serba semakin canggih dan semakin berkembang pesat menciptakan sebuah perbedaan. Salah satu perbedaannya yaitu gaya hidup masyarakat yang menjadi praktis dan serba instan. Contohnya adalah dengan adanya *marketplace* seperti Shopee dapat mempermudah masyarakat dalam aktivitas jual beli secara *online*. Shopee merupakan salah satu aplikasi *platform* yang disesuaikan di setiap wilayah serta menyediakan sebuah pengalaman berbelanja *online* yang mudah, aman, dan cepat kepada masyarakat.

Shopee sendiri mempunyai beberapa kelebihan yang bisa menarik masyarakat untuk memilih berbelanja menggunakan Shopee. Beberapa kelebihan Shopee antara lain, adanya gratis ongkir, banjir promo yang tersedia setiap harinya, banyak permainan berhadiah di Shopee Games, masyarakat bisa memilih untuk metode pembayaran seperti apa yang akan digunakan, layanan lebih cepat dengan menggunakan Shopee Express, transaksi dapat dipotong dengan menggunakan Shopee koin, serta terdapat konten menarik di Shopee Video.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 1.1

Toko Online yang Sering Digunakan Responden (Januari 2023)



Sumber: Adi Ahdiat, 2023, Perbandingan Pelanggan Toko Online di Indonesia, dari Shopee sampai OLX, Databoks https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/23/perbandingan-pelanggan-toko-online-di-indonesia-dari-shopee-sampai-olx

Pada Gambar 1.1 menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Shopee merupakan toko *online* dengan pelanggan terbanyak di dalam negeri pada awal 2023. Dari 8.510 orang yang disurvei, mayoritas atau 56,04% sering menggunakan layanan Shopee. Hal ini dikarenakan hampir semua kebutuhan yang dibutuhkan konsumen tersedia di Shopee.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Beragam macam produk yang tersedia membuat konsumen mengharuskan untuk memilih sesuai dengan persepsi mereka terhadap merek tertentu yang nantinya akan dibeli. Produk yang ditawarkan ke pasar harus bisa mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi agar dapat memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan oleh konsumen. Konsumen akan berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dan mencari manfaat terhadap produk yang akan dibelinya. Sehingga, konsumen dapat mempertimbangkan produk mana yang akan dipilih. Dalam memilih produk sebelum melakukan pembelian, pastinya konsumen melihat beberapa faktor seperti, merek, bentuk, model, harga, warna, dan kualitas produk itu sendiri.

Kualitas produk menjadi faktor pertimbangan yang penting didalam keputusan pembelian oleh konsumen, ada yang berani mengeluarkan uang lebih untuk mendapatkan kualitas yang terjamin. Setiap perusahaan pastinya selalu ingin meningkatkan kualitas produknya dan memberikan yang terbaik untuk konsumennya. Hal ini dikarenakan, kualitas produk yang baik akan memberikan dampak secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen untuk membeli produk perusahaan.

Selanjutnya setelah dilihat kualitas produk, konsumen juga melihat dari segi harga. Dimana, biasanya harga yang dijual beragam, dari deretan harga yang rendah ke harga yang paling mahal, sehingga menimbulkan adanya persepsi terhadap harga. Semakin sesuai harga dengan harapan konsumen akan membuat keputusan pembelian semakin tinggi. Didukungnya dengan pemberian promosi oleh penjual, seperti *flash sale*, *double date*, gajian *sale*, *voucher* untuk *followers*, kombo hemat, paket diskon, *voucher* toko atau regular juga dapat menarik perhatian konsumen agar melakukan keputusan pembelian. Dengan diberikannya kualitas produk, pemberian

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

harga yang baik, serta didukungnya promosi akan membuat konsumen merasa puas dan pastinya akan melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

PT. Lyra Akrelux merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang *stationery*. Sudah lebih dari 200 tahun Lyra berhasil mempertahankan kekonsistenannya perihal kualitas, keamanan, maupun melakukan inovasi dari produknya (https://perusahaan.net/detail/az5rr/Lyra-Akrelux/). Walaupun dengan kualitas, pemberian harga yang baik, serta didukungnya promosi, produk Lyra masih banyak dari konsumen yang berkeluh kesah. Maka dari itu, penting untuk dilakukan penelitian mengenai fenomena diatas.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis membuat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Lyra di Shopee Indonesia?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Lyra di Shopee Indonesia?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Lyra di Shopee Indonesia?

© Hak cipta milik IBIKKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka peneliti membuat batasan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Lyra di Shopee Indonesia?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Lyra di Shopee Indonesia?

D. Batasan Penelitian

Agar penelitian lebih terpusatkan, maka peneliti membuat batasan penelitian sebagai berikut:

1. Obyek yang diteliti adalah Produk Lyra yang dipasarkan melalui *marketplace* Shopee Indonesia.
2. Subyek yang terdapat di dalam penelitian tersebut adalah konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian Produk Lyra di Shopee Indonesia dalam kurun waktu 6 bulan terakhir.
3. Penelitian dan penyebaran kuesioner dilakukan selama Bulan Januari 2024.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian yang telah diuraikan, maka rumusan masalahnya adalah "Apakah kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Lyra di Shopee Indonesia?"

© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini dibuat adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Produk Lyra di Shopee Indonesia;
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian Produk Lyra di Shopee Indonesia.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi instansi-instansi yang bersangkutan, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

   Dari hasil penelitian yang akan dibahas diharapkkan dapat membantu perusahaan mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Lyra di Shopee dan dapat menjadi sebuah kritik dan saran untuk perusahaan tersebut.

2. Bagi Pembaca dan peneliti selanjutnya

   Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan untuk para pembaca maupun penelitian selanjutnya.

© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie