

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, teknologi dan informasi yang sangat pesat termasuk internet ternyata membawa dampak yang positif tidak terkecuali dalam dunia bisnis dan pemasaran. Di zaman sekarang sudah sangat banyak orang yang memanfaatkan internet sebagai media pemasaran *e-commerce*. Internet memiliki banyak kegunaan yang menguntungkan khususnya dalam jual beli. Dengan adanya internet semuanya menjadi mudah. Salah satunya yaitu dengan berbelanja *online* di *Marketplace Shopee*. Keuntungan berbelanja online yang praktis dan bisa diakses dimana saja dan kapan saja. Selain itu di *Marketplace Shopee* kita dapat menemukan barang apa saja.

Kepuasan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh harga. Harga adalah jumlah uang yang diperlukan untuk membeli barang atau jasa. Harga, bagaimanapun, juga dapat menjadi tanda kualitas, dengan produk berkualitas tinggi bersedia membebaskan harga premium. Biaya dapat berdampak pada keputusan pelanggan untuk membeli suatu produk.

Dimana adanya pengaruh yang sangat baik antara harga yang ditawarkan dengan kualitas produk, adanya perbedaan antara harga dengan harga pesaing, adanya potongan harga, kesesuaian harga dengan kualitas dan harga barang yang sejenis dengan ukuran dan tipe yang berbeda dengan ukurannya.

Kualitas produk atau layanan mengacu pada semua fitur dan kualitasnya yang dapat memuaskan pelanggannya.

Di samping harga salah satu factor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli produk adalah kualitas yang terkandung di dalam produk tersebut. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya.

Selain menawarkan produk yang berkualitas dan penetapan harga, kegiatan promosi merupakan hal yang penting sebagai kemampuan produsen untuk menawarkan produk dan mengkomunikasikan produk kepada konsumen. Promosi produk merupakan bagian dari kebijakan pemasaran yang lain. Strategi promosi menggabungkan periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, dan pemasaran ke dalam kampanye terkoordinasi untuk menjangkau konsumen dan pembuat keputusan lainnya pembelian.

Keputusan pembelian oleh konsumen adalah tujuan utama usaha ritel saat mempromosikan barangnya, tetapi hal ini dimaksudkan agar pelanggan memiliki pandangan yang baik saat meninjau pembelian mereka, kepuasan pelanggan akan tumbuh dari memilih barang yang disediakan. Aspek pemasaran tidak dapat dipisahkan dari variabel-variabel yang mempengaruhi pilihan pembelian pelanggan. Marketing Plan adalah strategi pemasaran yang menyeluruh, terpadu, dan terpadu yang menawarkan arahan tentang tindakan yang harus diambil untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan, yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, dan layanan.

Dalam penelitian ini hanya empat variabel yang diteliti yaitu Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian. Membeli barang dengan harga yang tidak terlalu mahal, dan adanya jaminan atas barang yang dibeli sehingga konsumen akan membeli kembali, dilihat dari segi produk konsumen akan membeli produk yang berkualitas, yaitu barangnya tidak rusak, dengan diadakannya promosi konsumen akan mengetahui warna, ukuran barang yang akan dijual dan terjadilah keputusan pembelian.

### **B. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah membahas permasalahan yang berkaitan dengan harga, kualitas produk dan promosi sebagai faktor pendukung keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee.

### **C. Rumusan Masalah**

Beberapa rumusan masalah yang ditemukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee.
2. Apakah Kualitas Produk secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee.
3. Apakah Promosi secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee.
4. Apakah Harga, Kualitas Produk dan Promosi secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini dapat dijabarkan sebagaimana yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk Penulis

Untuk memperluas informasi pencipta dalam mengarahkan eksplorasi untuk melaksanakan informasi yang diperoleh.

2. Untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Konsekuensi dari investigasi ini dapat digunakan sebagai macam persektif dan digunakan untuk memberikan informasi dan data sebagai bahan penilaian untuk pemeriksaan selanjutnya.

3. Untuk Peneliti lain.

Penelitian ini dapat menjadi masukan atau tambahan referensi bagi peneliti

lain.

#### 4. Untuk Masyarakat Umum

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang pengaruh harga yang semakin lama semakin naik dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian di online shop Shopee.