

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modernisasi sekarang ini perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat, sehingga menghasilkan pola hidup masyarakat yang baru dan menciptakan persaingan bisnis yang semakin ketat. Dahulu masyarakat berbelanja secara langsung ke pasar tradisional, tetapi sekarang masyarakat dimudahkan untuk berbelanja secara *online*. Masyarakat dengan mudah mencari produk, memilih harga, dan melakukan pembelian tanpa harus ke pasar tradisional. Berbelanja online menjadi media untuk memenuhi kebutuhan seseorang terutama bagi konsumen yang tidak memiliki waktu luang untuk pergi berbelanja secara langsung. Online marketing adalah segala aktivitas yang tujuannya adalah untuk memasarkan atau mempromosikan dan membangun sebuah produk lewat media online (Sri Rahayu, 2021). Pemasaran online menggunakan teknologi elektronik untuk melakukan kegiatan bisnis. Pemasaran online mempermudah para pelaku bisnis dan meningkatkan penghasilannya dengan cara digital.

Lazada adalah sebuah perusahaan *e-commerce* Asia Tenggara yang didirikan oleh Wingi Susanto dan Wawan Wirawan pada bulan maret 2012, dan dimiliki Pujarama Group. Lazada adalah platform e-commerce atau situs web yang menyediakan tempat bagi penjual dan pembeli untuk bertransaksi secara *online* dan salah satu dari beberapa marketplace besar di Asia Tenggara. Lazada menjual berbagai produk yang bagus dan berkualitas kepada konsumen dan menawarkan berbagai keuntungan sehingga konsumen minat untuk melakukan pembelian. Lazada memiliki produk berkualitas dari berbagai kategori kepada pembeli seperti menjual jersey saat Piala Dunia atau pakaian muslim saat Ramadan. Dan produk pakaian pria, misalnya, aneka kaos, kemeja, jaket, celana jeans.

Kota medan sudah banyak menggunakan lazada untuk melakukan berbelanja atau bertransaksi secara online, seperti halnya di kost kelurahan Sei Rengas 1 yang rata-rata masih kuliah dan sudah bekerja dengan rentang usia 19

sampai 35 tahun, mereka mencukupi kebutuhan seperti pakaian, peralatan masak, dan peralatan sekolah melalui penawaran di lazada. Namun anak kost di kelurahan sei rengas 1 melakukan transaksi di lazada dengan membeli pakaian secara online. Proses belanja secara online di lazada praktis dan murah, di tengah kesibukan mereka bekerja dan sekolah bisa memenuhi kebutuhan dengan uang yang terbatas. Sebagai anak kuliah dan yang bekerja dengan gaji masih bisa membeli produk pakaian yang ditawarkan di lazada mempunyai kualitas dengan bahan yang bagus. Serta harga yang terjangkau sesuai dengan kemampuan daya beli anak kost sei rengas 1 dan sesuai dengan harapan mereka. Anak kost sei rengas 1 memutuskan untuk membeli pakaian bekerja dan bersekolah setiap harinya pada lazada. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu atau seseorang yang secara langsung terlibat dan pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual (Indrasari, 2019). Dari pengertian di atas dapat timbulkan keputusan pembelian merupakan suatu proses dan aktivitas akhir ketika seseorang berhubungan dengan pencarian dan pemilihan produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Misalnya kualitas produk, harga, dan promosi.

Kualitas produk menggambarkan dimensi manfaat suatu produk bagi pelanggan, di mana konsumen akan memutuskan untuk membeli produk yang bermanfaat (Wardani I. Y., 2022). Produk yang berkualitas itu mempunyai nilai dan manfaat dari sebuah barang atau jasa yang membuat produk unggul di mata konsumen. Setiap produk dan jasa yang dijual terhadap konsumen sudah pasti memiliki kualitas yang berbeda-beda dan mempunyai manfaat tersendiri.

Berdasarkan pra survey yang dilakukan kepada 30 anak kost Sei Rengas 1 yang sering berbelanja di platform Lazada dan bertransaksi di Lazada yang dipesan selalu. Mereka mengatakan barang yang dipesan sesuai dengan tampilan yang ada di Lazada dalam belanja kebutuhan mereka tidak pernah dikecewakan, karena barang yang mereka pesan dari Lazada sesuai tampilan pada platform penjualan dimana suatu produk atau barang tidak ada perbedaan dari segi bentuk. Mereka juga mengatakan Lazada dapat menjamin barang yang diantarkan keamanannya terjaga dengan baik dikarenakan pada saat pengiriman barang dari produsen terhadap konsumen terjaga dengan baik tanpa ada kerusakan barang

sampai di tangan konsumen. Mereka juga dapat membeli produk yang dibutuhkan di Lazada dengan jenis atau varian barang beraneka ragam tersedia pada saat mereka berbelanja di platform Lazada. Seperti aksesoris handphone, barang elektronik setrika, handbag, dan sepatu.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Mega Selvia, 2022). Namun berbeda dengan penelitian lain yang menyatakan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Agustiani, 2021).

Harga merupakan uang yang dibayarkan guna mendapatkan barang maupun jasa, maupun sejumlah uang yang ditukar guna mendapatkan manfaatnya atau pun kepemilikannya serta penggunaannya pada suatu barang maupun jasa (Krisna, 2021). Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga merupakan suatu nilai uang yang digunakan untuk sebagai imbalan barang atau jasa yang dibutuhkan konsumen.

Berdasarkan pra-survey yang dilakukan kepada 30 anak kost Sei Rengas 1 mengatakan harga barang atau produk di Lazada termasuk kategori murah dan terjangkau, dikarenakan barang yang ditampilkan pada platform Lazada adalah produk-produk dengan harga yang terjangkau sesuai dengan daya beli mereka. Seperti barang-barang perlengkapan kuliah, pakaian seperti T-shirt, kemeja, Jeans, Jacket, dan Dress. Biasanya, produk-produk ini akan memiliki harga yang lebih murah. Mereka mengatakan harga barang atau produk telah sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, dimana Lazada menampilkan barang atau produk yang bagus yang dapat merangsang ketertarikan konsumen. Disamping itu ada Lazada juga memberikan potongan harga pada event-event tertentu, dimana lazada sering memberikan penawaran dan diskon kepada pelanggan yang dapat membantu pelanggan untuk membeli dengan adanya. Hal ini melalui potongan harga barang tersebut.

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Dias Nurmalasari, 2021). Namun

berbeda dengan penelitian yang lain yang menyatakan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Athorrahman, 2022).

Promosi adalah komunikasi informasi antara penjual dan pembeli yang tujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga pembeli dan tetap mengenal produk itu (Setiawan, 2020). Promosi merupakan sarana untuk memberitahukan atau mengajak konsumen untuk membeli produk atau jasa dan kegiatan yang dapat meningkatkan penjualan suatu produk atau jasa.

Berdasarkan pra-survey yang dilakukan terhadap 30 anak kost Sei Rengas 1 mengatakan dengan adanya promosi yang dilakukan Lazada pada halaman sosial media Facebook dan Instagram dimana lazada membuat promosi untuk konsumen pengguna baru dan pembeli pertama disertai dengan pemberian cashback. Dan banyak diantara mereka sebagai konsumen mengatakan mengenal lazada melalui promosi Lazada pada media televisi menjelaskan bahwa akun baru lazada mendapat bonus dengan pembelian pertama. Dan juga mendapatkan pengurangan ongkos kirim pada event-event tertentu seperti hari-hari raya besar seperti hari raya nyepi, hari raya idul fiti dan hari raya natal. dimana Lazada sering melakukan promosi pada suatu barang tertentu dengan penawaran pengurangan ongkos kirim barang ke seluruh daerah Indonesia sehingga konsumen tidak membayar ongkos kirim barang lagi.

Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian (PRASETYA, 2020). Namun berbeda dengan penelitian yang lain yang menyatakan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Choirun'nida Hasibuan, 2020).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Lazada pada anak kost Sei Rengas 1”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Lazada pada anak kost Sei Rengas 1?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Lazada pada anak kost Sei Rengas 1?
3. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Lazada pada anak kost Sei Rengas 1?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Lazada pada anak kost Sei Rengas 1?

1.3 Ruang Lingkup

Pelaksanaan penelitian difokuskan pada pembahasan mengenai “Pengaruh Kualitas produk, Harga, dan Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Lazada kost Sei Rengas 1”. Dengan pemilihan variabel penelitian sebagai berikut;

1. Variabel Bebas (X)
 - X1: Kualitas Produk
 - X2: Harga
 - X3: Promosi
2. Variabel terikat (Y) : Keputusan Pembelian
3. Objek Penelitian : Konsumen Lazada
4. Subjek penelitian : Anak kost kelurahan Sei Rengas 1
5. Periode pengamatan : Agustus 2023 sampai Juli 2024

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini dapat diurutkan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Lazada pada anak kost Sei Rengas 1.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Lazada pada anak kost Sei Rengas 1.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Lazada pada anak kost Sei Rengas 1.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Lazada pada anak kost Sei Rengas 1.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai informasi yang mengandung teori dan bisa digunakan Lazada dalam mengambil keputusan dan mengembangkan strategi pemasaran secara online dengan variabel kualitas produk, harga, dan promosi.

2. Manfaat Praktis

Sebagai informasi kepada Lazada bila mengambil solusi terhadap masalah-masalah yang terjadi di pemasaran online harus berhubungan dengan variabel kualitas produk, harga, dan promosi untuk mendapatkan keputusan pembelian di Lazada.

1.6 Originalitas

Penelitian ini merupakan replica dari penelitian terdahulu yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada Studi di Wilayah Jakarta Selatan (Nabila Iwan Sahara, 2020). Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel kualitas produk dan harga sedangkan pada penelitian ini penulis menggunakan variabel kualitas produk harga, dan promosi. Peneliti menambahkan promosi, karena promosi merupakan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk menyakinkan konsumen agar membeli produk dari perusahaanya (Ismail Yogi Indra Pranata, 2022).
- b. Peneliti terdahulu menggunakan objek di Wilayah Jakarta Selatan sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada anak kost Sei Rengas 1.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL