

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Shopee pertama kali muncul pada tahun 2015 di Singapura sebagai marketplace pertama di Asia Tenggara. Shopee masuk wilayah Indonesia pada tahun 2016. Sejak kehadirannya, Shopee selalu mengalami peningkatan pengunjung dan penjualan, puncaknya pada tahun 2019. Shopee berhasil menggeser Tokopedia sebagai website yang sering dikunjungi di Indonesia sejak kuartal II tahun 2018 berdasarkan riset iPrice, rata-rata pengunjung platform Shopee mencapai 72,97 juta perbulan pada kuartal IV tahun 2019 (Alghifari, 2021).

Shopee memiliki beberapa fitur seperti diskon produk, gratis ongkir, live streaming Shopee, penilaian review pembeli, pembayaran COD cek dulu, pembayaran melalui e-wallet, pengiriman dari berbagai ekspedisi, fitur chat, iklan Shopee, Shopee affiliate dan lain-lain. Pada penelitian ini, akan menganalisa 4 faktor yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian yaitu diskon produk, gratis ongkir, live streaming Shopee, penilaian review pembeli.

Untuk menandai banyak konsumen, biasanya toko daring, memberikan diskon yang beragam. Mulai dari diskon pada produk dengan merek tertentu seperti yang dilakukan oleh toko konvensional atau mall. Salah satunya adalah diskon per periode atau pada tanggal di bulan tertentu seperti yang dilakukan oleh toko daring Shopee. Shopee mengadakan diskon setiap sebulan sekali di tanggal tertentu. Salah satunya adalah diskon pada tanggal 9 September 2020 yang lalu, yaitu diskon 9.9 Super Shopping Day. Menurut Lexchin &

Mintzes (Amir,2013) promosi dalam bentuk potongan harga (diskon) secara konsisten akan mengakibatkan peningkatan minat beli pada konsumen (Pratama & Yoedtadi, 2021)

Menurut Assauri (2010) Promo gratis ongkos kirim merupakan bagian dari promosi penjualan yaitu kegiatan untuk menstimuli pembelian. Pasalnya kebanyakan konsumen sering ragu berbelanja online karena adanya beban ongkos kirim yang harus mereka bayar agar barang yang dibeli secara online tersebut bisa sampai ke rumah mereka. Dengan adanya Promo gratis ongkos kirim dengan memberikan gratis ongkir kepada pembeli agar konsumen tidak merasa keberatan untuk melakukan pembelian sehingga konsumen akan melakukan pengambilan keputusan konsumen.

Rating penilaian produk adalah hal yang menarik konsumen untuk melakukan pembelian yaitu peran dari online consumer Review dalam pengambilan keputusan pembelian secara online. Dalam online consumer review, setiap konsumen dapat memberikan ulasan Baik maupun ulasan yang buruk tentang produk ataupun toko. Review yang positif akan menimbulkan pembelian produk dan review yang baik selanjutnya. Produk yang mendapat review negatif akan berdampak negatif pula pada toko yang menjualnya. Review yang baik memberikan informasi kepada konsumen selanjutnya yang akan membeli produk tersebut. Dampak juga dirasakan bagi penjual atau toko yang mendapat nilai atau ulasan baik dari pembeli sehingga dapat menambah penjualan atau mendapat nama yang baik dimata Pembeli yang sudah membeli produk atau yang akan membeli produk (Sugiarti, 2021). Penilaian produk terdiri dari serangkaian penilaian dan ulasan dari konsumen terkait suatu produk, yang diberikan setelah proses pemesanan selesai dilakukan. Penilaian produk berfungsi untuk mengevaluasi kepuasan pembeli terhadap pengalaman berbelanja dan pembelian di Shopee. Selain itu penilaian produk juga dapat digunakan oleh konsumen sebagai

patokan guna mengetahui apakah produk yang akan konsumen beli akan sesuai dengan ekspektasinya (Kurniadi, 2023)

Shopee Live adalah sebuah fitur video live streaming dimana penjual dapat berjualan sekaligus berinteraksi langsung dengan pembeli menggunakan platform Shopee. Fitur Shopee Live pertama kali diluncurkan pada tanggal 16 Juni 2019 yang dioptimalkan untuk pengguna smartphone. Para penjual dapat memanfaatkan fitur tersebut sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan, membangun exposure toko dan mengoptimalkan branding toko. Live streaming sering disebut sebagai tayangan langsung melalui sebuah jaringan yang disiarkan pada banyak orang dalam waktu bersamaan dengan kejadian seperti aslinya. Dengan live streaming konsumen dapat mengetahui lebih dalam mengenai detail informasi sebuah produk yang akan dibeli, seperti bahan, tekstur, bentuk, kelebihan, dan kekurangannya. Sehingga konsumen dapat lebih objektif dan terpuaskan secara informasi dalam mengambil keputusan untuk membeli atau tidak. Proses interaksi penjual dan pembeli tersebut termasuk dalam direct marketing. Salah satu alat utama direct marketing adalah direct response advertising, dimana suatu produk dipromosikan melalui sebuah media yang mendorong konsumen untuk berinteraksi dan membeli langsung dari produsen (Sari & Habib, 2023) . Fitur shopee live streaming merupakan suatu teknologi yang terdistribusi data video atau audio yang sudah dikompres melalui suatu jaringan internet dan di siarkan dengan *realtime*. Terdapat sebagian jenis *video streaming* diantaranya *webcast*, yaitu berupa tayangan yang disiarkan secara langsung (*live*) yang saat ini diaplikasikan oleh beberapa ecommerce di dalam aplikasi. Saat ini *live video* banyak digunakan oleh para penjual dalam memasarkan produknya selain untuk menghemat tempat, biaya serta waktu (Dirnaeni et al., 2021)

Analisis regresi linier dibagi menjadi dua macam yaitu, analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier ganda. Pada, analisis regresi linier sederhana, jumlah variabel independen yang digunakan sebagai penduga variabel dependen adalah satu. Sedangkan pada analisis regresi linier ganda, jumlah variabel independen yang digunakan sebagai penduga variabel dependen adalah lebih dari satu (Wasilaine et al., 2014). Pada penelitian ini dibatasi dengan 3 faktor sebagai variabel independennya yaitu penggunaan voucher gratis ongkir, penggunaan live streaming oleh penjual dan rating penilaian. Sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian. Sehingga peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Metode regresi linear berganda memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode analisis lainnya, terutama dalam konteks penelitian yang melibatkan hubungan antara beberapa variabel. Berikut adalah beberapa kelebihan utama dari regresi linear berganda:

Analisis Multivariat:

Regresi linear berganda memungkinkan analisis simultan dari beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Ini berbeda dengan regresi linear sederhana yang hanya dapat menganalisis satu variabel independen. Dengan demikian, peneliti dapat memahami interaksi dan pengaruh berbagai faktor secara bersamaan.

Kemampuan untuk Mengontrol Variabel Lain:

Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengontrol variabel lain yang mungkin mempengaruhi variabel dependen. Ini membantu dalam mengisolasi pengaruh variabel independen yang sedang diteliti, sehingga hasil analisis lebih akurat dan dapat diandalkan.

Prediksi yang Lebih Akurat:

Regresi linear berganda dapat digunakan untuk membuat prediksi yang lebih akurat mengenai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen. Ini sangat berguna dalam konteks bisnis dan pemasaran, di mana pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat membantu dalam merumuskan strategi yang lebih efektif.

Interpretasi yang Jelas:

Hasil dari analisis regresi linear berganda dapat disajikan dalam bentuk koefisien yang menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Ini membuat hasil analisis lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan oleh pembaca dan pemangku kepentingan.

Uji Hipotesis:

Metode ini memungkinkan peneliti untuk melakukan uji hipotesis yang lebih kompleks. Peneliti dapat menentukan apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, serta menguji interaksi antara variabel.

Kesesuaian dengan Data:

Regresi linear berganda dapat diterapkan pada data yang memenuhi asumsi-asumsi tertentu, seperti linearitas, homoskedastisitas, dan normalitas residual. Jika data memenuhi asumsi ini, regresi linear berganda dapat memberikan hasil yang valid dan dapat diandalkan.

Fleksibilitas:

Metode ini dapat digunakan dalam berbagai bidang penelitian, termasuk ekonomi, psikologi, ilmu sosial, dan pemasaran. Fleksibilitas ini membuat regresi linear berganda menjadi alat yang sangat berguna untuk analisis data.

Analisis Residual:

Regresi linear berganda memungkinkan analisis residual untuk mengevaluasi kesesuaian model. Peneliti dapat memeriksa apakah ada pola dalam residual yang menunjukkan bahwa model tidak sesuai, sehingga dapat dilakukan perbaikan.

Dengan kelebihan-kelebihan ini, regresi linear berganda menjadi metode yang sangat efektif untuk menganalisis hubungan antara variabel dalam berbagai konteks penelitian, terutama ketika banyak faktor yang berpotensi mempengaruhi variabel dependen.

Penelitian serupa pernah dilakukan dengan Darmansyah dan Yosepha dimana hasilnya adalah citra merek dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda (Darmansyah dan Yosepha 2020)

Penelitian serupa pernah dilakukan dengan Canesten dan Saputri Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Kepercayaan, Kemudahan, Resiko dan keputusan pembelian secara keseluruhan dalam kategori baik. Hasil analisis regresi linier berganda kepercayaan, kemudahan dan resiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater (Canesten dan Saputri 2021)

Penelitian serupa pernah dilakukan dengan Ismail dan Muhammad penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian pada online marketplace Shopee. Sampel dalam penelitian

ini adalah 395 mahasiswa Universitas Hasanuddin yang menggunakan aplikasi Shopee yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Data diuji menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada online marketplace Shopee (Ismail dan Muhammad, et al 2022)

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti ingin mengetahui apakah variabel gratis ongkir, review penilaian dan fitur live streaming berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dapat diketahui urgensi terhadap alasan mengapa memilih shopee dari Perkembangan pesat e-commerce di Indonesia telah mengubah cara konsumen berbelanja. Salah satu platform e-commerce yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah Shopee. Dengan berbagai fitur menarik seperti promo gratis ongkir, rating penilaian produk, dan fitur live streaming, Shopee telah menjadi pilihan utama bagi banyak konsumen. Namun, meskipun banyak penelitian telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di e-commerce, masih terdapat celah dalam pemahaman tentang bagaimana fitur-fitur spesifik di Shopee mempengaruhi perilaku konsumen.

penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di platform e-commerce seperti Shopee sangat penting, terutama di tengah pertumbuhan pesat sektor ini di Indonesia. Dengan adanya persaingan yang ketat, penelitian ini menyoroti perlunya strategi pemasaran yang efektif yang dapat memanfaatkan fitur-fitur unik Shopee, seperti promo gratis ongkir, Shopee Live, dan review penilaian untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Meskipun

beberapa penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi faktor-faktor seperti kepercayaan dan kualitas informasi, masih terdapat kekurangan dalam analisis mendalam mengenai fitur-fitur inovatif yang ditawarkan oleh Shopee. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan rekomendasi praktis bagi pelaku bisnis untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan kepuasan konsumen.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di platform e-commerce, khususnya Shopee, serta memberikan wawasan bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh diskon gratis ongkir terhadap keputusan pembeli untuk membeli di shopee
2. Bagaimana pengaruh rating penilaian terhadap keputusan pembeli untuk membeli di shopee
3. Bagaimana pengaruh live streaming sales terhadap keputusan pembeli untuk membeli di shopee
4. Bagaimana pengaruh gratis ongkos kirim, rating penilaian dan live streaming terhadap keputusan pembelian

1.2 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi keputusan pembeli pada akun shopee dengan menggunakan suatu metode regresi linear berganda.

1.3 Manfaat

Manfaat yang diharapkan peneliti dengan adanya penelitian ini adalah Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pengembang platform dalam mengambil suatu kebijakan dimasa yang akan datang yang bersifat lebih baik lagi. Sebagai referensi penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4 Batasan Masalah

1. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode regresi linear berganda.
2. Untuk responden, menggunakan pengguna shopee mahasiswa di STIKI Malang.
3. Marketplace yang akan diteliti adalah shopee.
4. Variabel yang diteliti adalah gratis ongkos kirim, riviw penilaian, fitur live streaming dan keputusan pembelian

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir memuat uraian secara garis besar tentang isi tugas akhir pada tiap bab. Penyusunan garis-garis besar sebuah bab, merupakan langkah pertama yang sangat berguna dalam pembuatan suatu karya ilmiah. Sistematika penulisan tidak sama dengan daftar isi. Sistematika penulisan isi hanya terdiri dari gagasan pokok dalam masing-masing bab.