

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan *online* sekarang ini semakin pesat dan memberikan kemudahan kepada konsumen tanpa konsumen harus mengunjungi tokonya secara langsung. Konsumen dapat melihat produk dan harganya dari *website* situs *online* dan setelah konsumen merasa sesuai maka konsumen melakukan pembelian produk tersebut. Salah satu toko *online* sekarang ini terkenal adalah Shopee. Semua orang dapat melakukan pembelian di Shopee. Pihak Shopee menawarkan produknya dengan menampilkan gambaran foto produk dalam situs Shopee sehingga konsumen dapat memilih produk yang mereka inginkan dan butuhkan.

Konsumen memiliki minat beli produk dipengaruhi harga, *E-service Quality* (*Electronic Service Quality*) dan kualitas produk. Harga produk di Shopee termasuk murah dan memberikan kemudahan kepada konsumen dalam pembelian produk. Produk yang dijual di Shopee beranekaragam dan konsumen dapat melihat produknya tanpa harus menanyakan kepada pihak Shopee. Walaupun harga produk Shopee murah dan ongkos kirim produknya ditanggung konsumen. Transaksi pembelian produk di Shopee secara transfer tunai. Adapun penelitian ini didukung oleh Andhini dan Tresnati (2019), terdapat pengaruh signifikan Harga dengan Minat Beli pada BPW Clean. Hal tersebut menandakan Minat Beli konsumen meningkat karena penerapan Harga. Sedangkan Manurung, dkk., (2022) secara parsial harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli pada Indomaret Tanjung Tiram disebabkan lebih tingginya harga produk dijual di Indomaret Tanjung Tiram daripada produk dijual toko disekitarnya menyebabkan minat beli konsumen menurun dan beralih ke toko disekitarnya tersebut.

Pihak Shopee menggunakan teknologi *E-service Quality* dalam menawarkan produknya di situs mereka. *Electronic Service Quality* termasuk pelayanan elektronik dapat dilakukan melalui media teknologi informasi. Media elektronik ini memudahkan konsumen dalam berbelanja *online* dimana konsumen dapat melakukan pilihan produk dapat melakukan transaksi pembayaran secara via transfer. Namun permasalahan terjadi pemesanan konsumen tidak sesuai dengan produk dikirim pihak Shopee ke rumah dan mengakibatkan konsumen kecewa. Pada saat konsumen menerima produk tidak sesuai maka konsumen akan melakukan klaim dan melakukan retur kembali ke Shopee dengan cara menghubungi perusahaan. Biasanya ketidaksesuaian produk dari ukuran produk ataupun kadang produk sampai di tempat konsumen rusak. Proses klaim atau retur ke Shopee membutuhkan proses yang panjang mengakibatkan konsumen menjadi malas. Adapun penelitian ini didukung oleh Maulana dan Kurniawati (2014) kualitas *e-service* berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Secara keseluruhan pelaksanaan kualitas *e-service* telah dilakukan sudah dinilai baik oleh pelanggan. Faktor keandalan, desain situs web, privasi dan layanan pelanggan dipercaya mampu memberikan dampak positif dan berpengaruh bagi minat beli konsumen terhadap produk.

Pihak Shopee menunjukkan kualitas kemudahan menggunakan *websitenya* bukan kualitas produk yang dijualnya. Barang-barang yang dijual di aplikasi Shopee itu ada terkenal di kalangan konsumen dan ada tidak terkenal sehingga konsumen membutuhkan waktu mengetahuinya. Konsumen juga ada beberapa yang melakukan klaim atas produk yang dijual di Shopee. Produk yang dijual di Shopee terdiri dari beberapa toko dan ada beberapa toko yang produknya kurang berkualitas sehingga konsumen mengklaim barang tidak sesuai dengan deskripsinya tertera di aplikasi Shopee. Adapun penelitian ini didukung oleh Ramadhan dan Saputra (2022) kualitas produk dapat mendorong peningkatan minat beli konsumen dikarenakan produk ditawarkan merupakan material anti karat, memiliki karakteristik pelengkap, kemungkinan kecil mengalami gagal pakai, memenuhi standar yang ditetapkan sebelumnya, memiliki daya tahan cukup lama, adanya daya tarik terhadap panca indra konsumen, reputasi produk dapat dipertanggungjawabkan perusahaan dan karyawan memiliki kemampuan dalam penanganan keluhan konsumen.

Sejak adanya Shopee memberikan kemudahan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dengan mudah, efektif dan efisien. Kehadiran Shopee ini dapat membantu konsumen berbelanja dengan mudah hanya melalui media sosial juga mempertimbangkan beberapa faktor seperti harga, *E-service Quality* dan kualitas produk. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari data pengunjung Shopee sebagai berikut :

Tabel 1.1. Data Pengunjung Shopee di Tahun 2023

No	Bulan	Pengunjung
1	Januari	155.000.000
2	Februari	150.000.000
3	Maret	151.000.000
4	April	152.000.000
5	Mei	151.000.000
6	Juni	153.000.000
7	Juli	200.000.000
8	Agustus	213.400.000
9	September	237.000.000
10	Oktober	227.000.000
11	November	245.000.000
12	Desember	258.000.000

Sumber : Shopee (www.databoks.katadata.co.id), 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas terlihat pengunjung Shopee pada Januari hingga Desember 2023 mengalami turun dan naik. Pengunjung Shopee di bulan November dan Desember 2023 mengalami kenaikan tinggi. Kenaikan pengunjung Shopee dimungkinkan di bulan November dan Desember adanya diskon harga terhadap produk tertentu yang memiliki kualitas produk baik sehingga konsumen memiliki minat beli tinggi.

Adapun penjelasan permasalahan yang terdapat dalam latar belakang ini yang mendorong peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga, *E-service Quality* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Shopee.**

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah penelitian yaitu :

1. Harga produk Shopee murah dan ongkos kirim produknya ditanggung konsumen.
2. Sering terjadi pemesanan konsumen tidak sesuai dengan produk dikirim pihak Shopee ke rumah dan mengakibatkan konsumen kecewa.
3. Produk dijual di Shopee ada yang kurang berkualitas sehingga konsumen mengklaim barang tidak sesuai dengan deskripsinya tertera di aplikasi Shopee.

1.3 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah di dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Minat Beli konsumen di Shopee?
2. Bagaimana pengaruh *E-service Quality* terhadap Minat Beli konsumen di Shopee?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli konsumen di Shopee?
4. Bagaimana pengaruh Harga, *E-service Quality* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli konsumen di Shopee?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan di dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Harga berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen di Shopee.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen di Shopee.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen di Shopee.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Harga, *E-service Quality* dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen di Shopee.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Untuk Shopee
Penelitian ini harus menjadi dasar untuk meningkatkan Minat Beli konsumen pada perusahaan melalui Harga, *E-service Quality* dan Kualitas Produk.
2. Untuk peneliti
Penelitian ini bertujuan untuk memberikan dasar informasi lebih lanjut tentang bagaimana perusahaan dapat meningkatkan Minat Beli konsumen pada perusahaan melalui Harga, *E-service Quality* dan Kualitas Produk.
3. Untuk Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia
Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan kepustakaan dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang membahas mengenai bagaimana cara

peningkatan Minat Beli konsumen melalui Harga, *E-service Quality* dan Kualitas Produk.

4. Untuk peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi dasar referensi bagi mahasiswa kedepannya yang akan melakukan penelitian yang sama yaitu untuk mengetahui bagaimana cara peningkatan Minat Beli konsumen melalui Harga, *E-service Quality* dan Kualitas Produk.

1.6 Tinjauan Pustaka

1.6.1 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli

Setiawan, dkk., (2022:63) Aplikasi *marketplace shopee* menawarkan berbagai tawaran yang menarik, seperti garansi harga termurah, potongan harga produk, dan potongan biaya ongkos kirim sehingga sangat menarik minat beli para mahasiswa untuk menjadi penjual secara *online* maupun *offline* ataupun hanya menjadi konsumen melalui aplikasi *shopee*. Anum dan Badau (2023:138) jika harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dan harga yang terjangkau maka konsumen akan membuat keputusan beli ulang produk tersebut. Sumaa, dkk., (2021:305) Harga yang ditawarkan pada penjualan *online* juga variatif. Shopee memiliki tampilan yang lebih menarik mudah untuk diakses, memiliki lebih banyak produk yang di tawarkan, memiliki discount lebih banyak dan lebih menarik, memiliki layanan pengiriman yang lebih beragam, ulasannya lebih mudah di akses dan tentunya menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan toko *online* lainnya bahkan toko konvensional pada umumnya dengan memberikan promosi menarik yang diharapkan dapat mendorong adanya minat beli konsumen untuk berbelanja *online*.

1.6.2 Pengaruh *E-service Quality* Terhadap Minat Beli

Damayanti (2018:691) Shopee memfasilitasi kualitas pelayanannya dengan kemudahan Shopee saat dioperasikan dan cepat dalam pelayanannya, menjadikan konsumen semakin ingin untuk merasakan berbelanja di Shopee. Dengan adanya respon responden mengenai tampilan yang menarik pada Shopee menjadikan Shopee memiliki kualitas penyampaian yang baik, sehingga munculnya minat beli pada *online marketplace* Shopee akan meningkat pula. Luthfiana dan Hadi (2019:5) semakin baik *e-service quality* yang diberikan, maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya pada minat konsumen. Habibah dan Fikriyah (2022:178) Dengan *e-service quality* memberikan pelayanan yang ramah, sopan, kecepatan dalam membalas pesan mampu menjadi nilai tambah dan meyakinkan konsumen sehingga dapat meningkatkan minat beli.

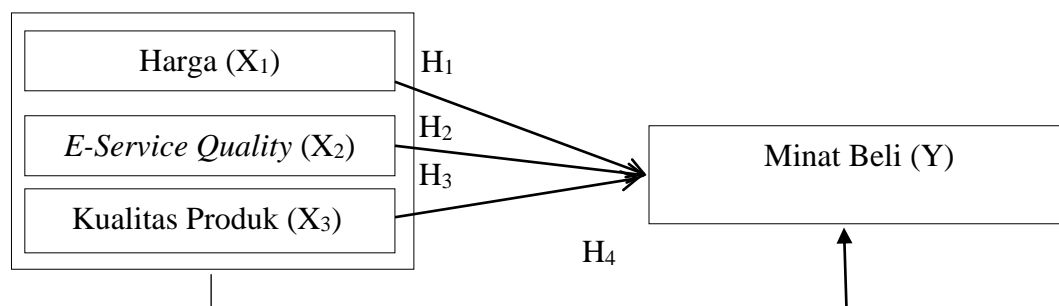
1.6.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Rosiana, dkk., (2021:689) Kualitas produk yang ditawarkan oleh *ecommerce* Shopee sangat bagus dan sesuai dengan ekspektasi, membuat konsumen lebih tertarik melakukan belanja *online* menggunakan *ecommerce* Shopee dibandingkan dengan

ecommerce lainnya sehingga minat beli mahasiswa pada *ecommerce* Shopee semakin tinggi. Permatasari dan Haziroh (2024:393) semakin baik reputasi kualitas produk maka semakin baik juga minat untuk membeli ulang terhadap suatu produk. Fitrianto dan Wahyono (2023:82) adanya jaminan kualitas juga menjadi faktor penting. Dengan demikian, penting bagi kita untuk memperhatikan kualitas barang, karena produk yang berkualitas tentu akan menarik minat beli.

1.7 Kerangka Konseptual

Berikut ini adalah gambar kerangka konseptual dalam penelitian ini yang menggambarkan hubungan antara variable bebas dengan variable terikat:



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

1.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

- H₁: Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Shopee.
- H₂: *E-service Quality* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Shopee.
- H₃: Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Shopee.
- H₄: Harga, *E-service Quality* dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Shopee.