

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Penggunaan teknologi sudah menjadi hal umum bagi mahasiswa seiring dengan pesatnya arus globalisasi, tidak hanya untuk keperluan pendidikan, tetapi juga untuk hal-hal yang berkaitan dengan keperluan lainnya. Pesatnya perkembangan tersebut kelihatannya belum sebanding dengan sebagian mahasiswa yang masih gagap teknologi (gaptek). Contoh kasus gaptek sebagian mahasiswa bisa dilihat dari ketidaktahuan mereka dalam menggunakan fitur-fitur aplikasi belajar daring, seperti Zoom dan Google Meet sebagai aplikasi video call yang biasa digunakan sehari-hari dan Google Classroom sebagai aplikasi pengumpulan tugas.

Dengan kemajuan dibidang teknologi informasi dan komunikasi, dunia tidak lagi mengenal batas, jarak, ruang maupun waktu (Margaretha, 2017). Dengan menggunakan internet, pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi demi menunjang aktivitas bisnis, bahkan saat ini dapat diperoleh berbagai macam informasi, sehingga informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan (Irmawati, 2011).

Internet menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan usahanya, salah satunya digunakan untuk pemasaran atau yang disebut sebagai digital marketing. Strategi digital marketing yang tepat dapat digunakan untuk meraih segmen pasar yang ditarget sehingga dapat meningkatkan penjualan dan laba (Hendrawan, Sucahyowati, Cahyandi, Indriyani, & Rayendra, 2019). Semakin berkembangnya

teknologi juga diikuti oleh perkembangan media online maupun media elektronik. Media online tidak hanya digunakan untuk mencari informasi, namun dapat digunakan sebagai lahan bisnis atau biasa disebut dengan e-commerce (Wijaya & Oktavianti, 2019). Pergantian sistem penjualan dan belanja secara konvensional ke media online dapat mempercepat dan meningkatkan penjualan karena menghemat waktu serta biaya (Nurjanah, Kurniati, & Zunaida, 2019). Adanya e-commerce sebagai media penjualan secara online dapat memberikan keuntungan baik bagi pemasar maupun konsumen.

Perkembangan belanja online di Indonesia juga semakin meningkat, terutama karena situasi dan kondisi saat ini banyak masyarakat semakin percaya untuk berbelanja di online marketplace atau e-commerce. Tren pengguna e-commerce di Indonesia tumbuh cukup besar dalam beberapa tahun terakhir. Prediksinya, pertumbuhan masih akan terus terjadi dalam beberapa tahun ke depan. Statista mencatat jumlah pengguna e-commerce di Indonesia pada tahun 2017-2023 seperti gambar berikut.

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Mayoritas mahasiswa sering terpapar iklan digital marketing pada saat menggunakan social media.
2. Mahasiswa yang beranggapan bahwa iklan digital memberikan informasi yang jelas dan membeli jumlah yang sama atau fifty -fifty.
3. Mayoritas mahasiswa selalu menggunakan pembayaran e-wallet pada saat belanja online.
4. Kecendrungan mahasiswa belanja online dikarenakan adanya pilihan pembayaran e-wallet.

5. Kecendrungan mahasiswa akan selalu percaya terhadap paparan produk iklan online pada saat menggunakan media social.
6. Mahasiswa selalu percaya terhadap para penjual online yang terpapar pada social media nya dikarenakan karena adanya pilihan dalam pembayaran e-walet

1.3. Pembatasan Masalah

Agar pembahasan masalah dalam proyek akhir ini tidak menyebar luas, maka peneliti hanya memberikan pembatasan masalah kepada: Dampak penggunaan Digital Marketing dan Pembayaran Non Tunai (e-Wallet) Terhadap Peningkatan Minat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening dengan responden Mahasiswa/i STKIP Pangeran Antasari

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang di jelaskan maka masalah dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh penggunaan digital marketing terhadap peningkatan minat beli pada Mahasiswa/i STKIP Pangeran Antasari?
2. Bagaimana pengaruh pembayaran non tunai (e-wallet) terhadap peningkatan minat beli pada Mahasiswa/i STKIP Pangeran Antasari?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan digital marketing terhadap kepercayaan konsumen pada Mahasiswa/i STKIP Pangeran Antasari?
4. Bagaimana pengaruh pembayaran non tunai (e-wallet) terhadap kepercayaan konsumen pada Mahasiswa/i STKIP Pangeran Antasari?
5. Bagaimana pengaruh kepercayaan konsumen terhadap peningkatan minat beli pada Mahasiswa/i STKIP Pangeran Antasari?

6. Bagaimana pengaruh penggunaan digital marketing terhadap peningkatan minat beli melalui kepercayaan sebagai variabel intervening pada Mahasiswa/i STKIP Pangeran Antasari?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh penggunaan digital marketing terhadap peningkatan minat beli pada Mahasiswa/i STKIP Pangeran Antasari.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh pembayaran non tunai (e-wallet) terhadap peningkatan minat beli pada Mahasiswa/i STKIP Pangeran Antasari.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh penggunaan digital marketing terhadap kepercayaan konsumen pada Mahasiswa/i STKIP Pangeran Antasari.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh pembayaran non tunai (e-wallet) terhadap kepercayaan konsumen pada Mahasiswa/i STKIP Pangeran Antasari.

1.6. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dapat meningkatkan pengetahuan bagi peneliti mengenai cara mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan peningkatan minat beli di kalangan mahasiswa/i.

2. Bagi Mahasiswa/i

Penelitian ini dapat menjadi masukan kepada mahasiswa/i untuk menjadi salah satu pedoman dalam penggunaan digital marketing dan e-wallet agar dapat

memanfaatkan kedua platform dengan baik dan menumbuhkan perilaku yang positif.

3. Bagi Program Studi Magister Manajemen Universitas Prima Indonesia

Sebagai tambahan jumlah hasil karya mahasiswa yang dapat menjadi referensi bagi Magister Manajemen Universitas Prima Indonesia.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti masalah yang sama maupun yang berkaitan dengan masalah penelitian ini.