

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan mudahnya akses menggunakan internet membuat jumlah penggunaannya semakin meningkat setiap harinya. Perkembangan ini membuat perubahan pola transaksi masyarakat yang tadinya *offline* kini menjadi transaksi *online*. Ketertarikan masyarakat pada internet tidak lepas dari situs jejaring sosial yang kian meningkat dan bervariasi ditingkatan global. Penggunaan internet yang tadinya sebagai komunikasi serta pencitraan, kini digunakan untuk alat bertransaksi pembelian secara *online*. Dengan berbekal pada internet atau situs jejaring sosial kita diberikan kemudahan untuk dapat menemukan produk- produk yang kita inginkan.¹

Indonesia adalah salah satu negara yang trend dengan toko *online* atau *online shop*, hal ini dapat dilihat dari banyaknya toko *online* seperti Blibli, Shopee, Lazada, Bukalapak, Tokopedia dan masih banyak lagi yang bisa kita temukan dengan mudah sesuai kategori barang yang akan kita cari atau beli. Salah satu *online shop* yang cukup populer yaitu Blibli dimana marketplace ini sudah bermain cukup lama, tepatnya pada tahun 2011. Blibli didirikan oleh PT Global Digital Niaga yang merupakan anak perusahaan Djarum dibidang digital. Sebagai *online shop* terbesar dan terpercaya, Blibli menawarkan berbagai produk yang berkualitas, mulai dari kebutuhan primer, produk elektronik termasuk *gadget*, kebutuhan sehari-hari hingga produk untuk keperluan gaya hidup.

Meskipun demikian, tidak menutup kemungkinan adanya keluhan yang didapat pelangga dari *marketplace* Blibli. Bahkan jika kita lihat dari komentar yang terdapat pada aplikasi Blibli banyak yang mengeluhkan tentang pengiriman lumayan lama,

¹ Gilang Purnama Putri, dkk., "Pengaruh Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian Di Shopee:(Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Yogyakarta Yang Menggunakan Shopee)." *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan dan Akuntansi* 2, no. 1 (2021): 28.

keamanan dari produk, kualitas pelayanan dari toko dan masih banyak lagi keluhan lainnya.

TABEL 1.1

NO.	BRAND	TBI 2021	TBI 2022	TBI 2023
1.	Shopee.co.id	41,80%	43,70%	45,80%
2.	Tokopedia.com	16,70%	14,90%	11,30%
3.	Lazada.co.id	15,20%	14,70%	15,10%
4.	Bukalapak.com	8,10%	10,10%	10,60%
5.	Blibli.com	9,50%	8,10%	4,70%

Sumber: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=blibli

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa Blibli mengalami penurunan selama 3 tahun berturut-turut, diketahui tahun 2021 dari 9,50%, di tahun 2022 menjadi 8,10%, dan di tahun 2023 menjadi 4,70%. Hal ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Blibli. Oleh karena itu Blibli harus meningkatkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Service Quality, pada prinsipnya berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik mungkin sesuai apa yang menjadi harapan pelanggan yaitu dengan mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Apabila pelanggan merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan, maka dipastikan layanan tersebut tidak akan efektif dan efisien. Hal ini sangat penting bagi pelayanan publik. Ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, besar kemungkinan pelanggan akan kembali lagi untuk melakukan pembelian-pembelian yang lain dan mereka juga akan merekomendasikan tentang *online shop* tersebut.²

Jika jasa yang diterima atau dirasakan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan

² Dani Iskandar, Muhammad Irfan Bahari Nasution, "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU)." In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan 1*, no.1 (2019): 30.

konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.³

Keamanan, adalah kesanggupan *online shop* dalam mengawasi dan menjaga transaksi data yang dilakukan oleh konsumen. Jaminan keamanan ini sangat penting karena dapat meningkatkan kepercayaan dan menghilangkan persepsi konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi serta data transaksi yang mudah rusak. Adanya keamanan yang diberikan membuat pelanggan tersebut yakin dan percaya pada apa yang telah disediakan. Dengan adanya hal tersebut membuat pelanggan tertarik yang akhirnya berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang akan dilakukan konsumen karena adanya rasa positif dari produk yang diinginkan.

Diskon, merupakan pengurangan atau harga secara langsung terhadap produk pada periode waktu tertentu, serta pembelian potongan harga yang diberikan penjual kepada pembeli. Pemberian diskon biasanya ditetapkan sesuai dengan kebijakan dan tujuan dari masing-masing toko.

Keputusan Pembelian, suatu tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang diawali untuk pemenuhan kebutuhan dan diakhiri dengan melakukan seleksi tentang barang yang tersedia. Indikator variabel keputusan pembelian meliputi : Keyakinan dalam membeli, sesuai dengan keinginan, memiliki keinginan untuk membeli lang, mempertimbangkan kualitas produk. Pengambilan keputusan pembelian merupakan suatu proses evaluasi yang dilakukan konsumen dalam memecahkan masalah yang dihadapi dalam pemilihan produk, keputusan adalah dua seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih.⁴

Objek dari penelitian ini adalah *online shop* Blibli (studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam iain kudus

³ Eva Ristiyani, Dkk., "Pengaruh Service Quality, Trust Terhadap Customer Satisfactions Serta Dampaknya Pada Repeatronage Intentions Pada Lazada (Studi Pada Pengguna Lazada Di Kecamatan Kebumen)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* 1, no. 1 (2019): 92–100.

⁴ Endhar Widjaya Putra, Srikandi Kumadji, Edy Yulianto, "Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 38 (2016).

angkatan 2017). Penelitian ini memilih mahasiswa sebagai responden karena mereka banyak mengetahui dan bahkan sering berbelanja *online* melalui aplikasi Blibli.

Berdasarkan dari permasalahan yang diuraikan diatas maka penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai “Pengaruh *Service Quality*, Keamanan Transaksi, Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Blibli”.

B. Rumusan masalah

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* blibli?
2. Apakah keamanan transaksi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* blibli?
3. Apakah diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* blibli?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Blibli.
2. Untuk mengetahui pengaruh keamanan transaksi terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Blibli.
3. Untuk mengetahui pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Blibli.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan bagi para pembeli *online* untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *service quality*, keamanan dan diskon terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menyumbang pemikiran secara teoritis dan ilmiah yang berkaitan dengan *service quality*, keamanan transaksi dan diskon terhadap keputusan pembelian sebagai pengembangan pengetahuan dan dapat dijadikan acuan bagi penulis lain apabila ingin melakukan penelitian yang sejenis.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penjelasan, pemahaman pokok permasalahan yang akan dibahas, maka penulis akan menyusun kedalam bentuk kerangka skripsi. Sistematika penulisan skripsi terdiri tiga bagian, sebagai berikut :

1. Bagian Depan

Pada bagian depan terdiri dari halaman judul, lembar persetujuan pembimbing, lembar persetujuan pembimbing, lembar pengesahan skripsi, halaman, motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar gambar, diagram dan grafik, dan daftar tabel.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang dilakukan penelitian ini meliputi: teori tentang *service quality*, teori tentang keamanan transaksi, teori diskon, teori keputusan pembelian. Kemudian diteruskan mereview hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji instrumen validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, deskripsi hasil data penelitian, hasil uji asumsi klasik, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Merupakan bagian akhir dari skripsi ini, berisi kesimpulan dan saran hasil penelitian yang telah dilakukan dan penutup.

3. Bagian Pelengkap

Pada bagian ini terdiri dari daftar pustaka yaitu referensi yang digunakan sebagai rujukan dalam penulisan skripsi, daftar riwayat hidup penulis dan lampiran-lampiran.

