

BAB I

1.1 LATAR BELAKANG

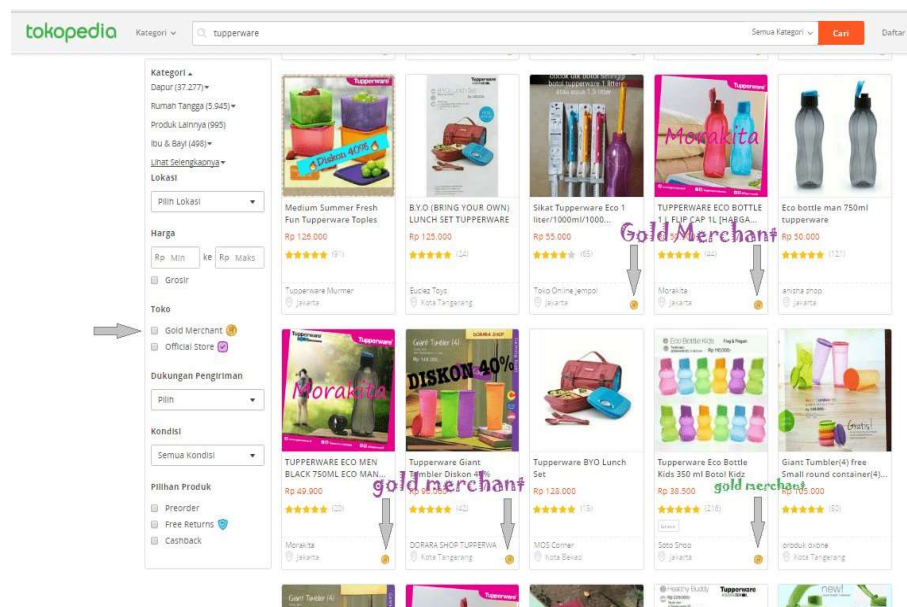
Electronic commerce ataupun e-commerce merupakan suatu web jual beli yang dicoba lewat media elektronik ataupun online. Walaupun sarananya meliputi tv serta telepon, saat ini e-commerce lebih kerap lewat media internet. Karena penafsiran e-commerce tersebut, terkadang terdapat kesalahpahaman tentang e-commerce serta marketplace. Sebutan e-commerce, digunakan mendeskripsikan seluruh transaksi yang mengenakan media elektronik.

Marketplace merupakan salah satu model e-commerce, dimana dia berperan sebagai perantara antara penjual serta pembeli. Penjual yang berdagang di marketplace hanya butuh meladeni pembelian. Seluruh kegiatan lain semacam pengelolaan web sudah diurus oleh platform tersebut. Marketplace dirancang buat meminimalisir suatu proses bisnis yang lingkungan sehingga terbentuk efisiensi serta efektifitas. Dengan terdapatnya marketplace tiap orang bisa melaksanakan sesuatu kegiatan jual-beli dengan gampang, kilat serta murah sebab tidak terdapat batasan ruang, jarak serta waktu. Situs-situs semacam Tokopedia merupakan salah satu contoh dari marketplace.

Tokopedia ialah salah satu pusat perbelanjaan online di Indonesia yang mengusung model bisnis marketplace, Tokopedia membolehkan tiap orang, toko kecil, serta brand buat membuka serta mengelola toko online, sejak diluncurkan, layanan bawah pada Tokopedia bisa digunakan oleh seluruh orang secara free. Dengan visi“ Membangun Indonesia yang Lebih Baik Lewat Internet”, Tokopedia mempunyai program buat menunjang para pelakon Usaha

Mikro Kecil serta Menengah(UMKM) serta perorangan buat mengembangkan usaha mereka dengan metode memasarkan produk secara online. Vice President (VP) of Corporate Communications Tokopedia, Nuraini Razak mengatakan, ada 9 juta pelakon usaha mikro, kecil serta menengah(UMKM) yang tergabung dalam sesuatu platform tersebut. Dimana, nyaris 100 persen penjualnya merupakan level UMKM.

Tipe produk yang dijual pada marketplace Tokopedia sangat bermacam-macam, contoh produk yang dijual pada Tokopedia antara lain sebagai berikut:



Gambar 1.1 Contoh Produk Yang Dijual di Tokopedia

Tokopedia sediakan banyak keragaman produk meliputi produk untuk rumah tangga, benda elektronik, baju ataupun mode, produk kecantikan, dll. Tokopedia pula sediakan layanan untuk para toppers(pengguna Tokopedia) buat berbagi pengalaman dan komplain pada toko, serta toko produk tersebut akan diproses oleh Customer marketplace Tokopedia cocok dengan syarat.

Untuk bisa menguasai sesuatu transaksi penjualan ataupun pembelian pada marketplace Tokopedia, tersedia fitur spesial selaku berikut:

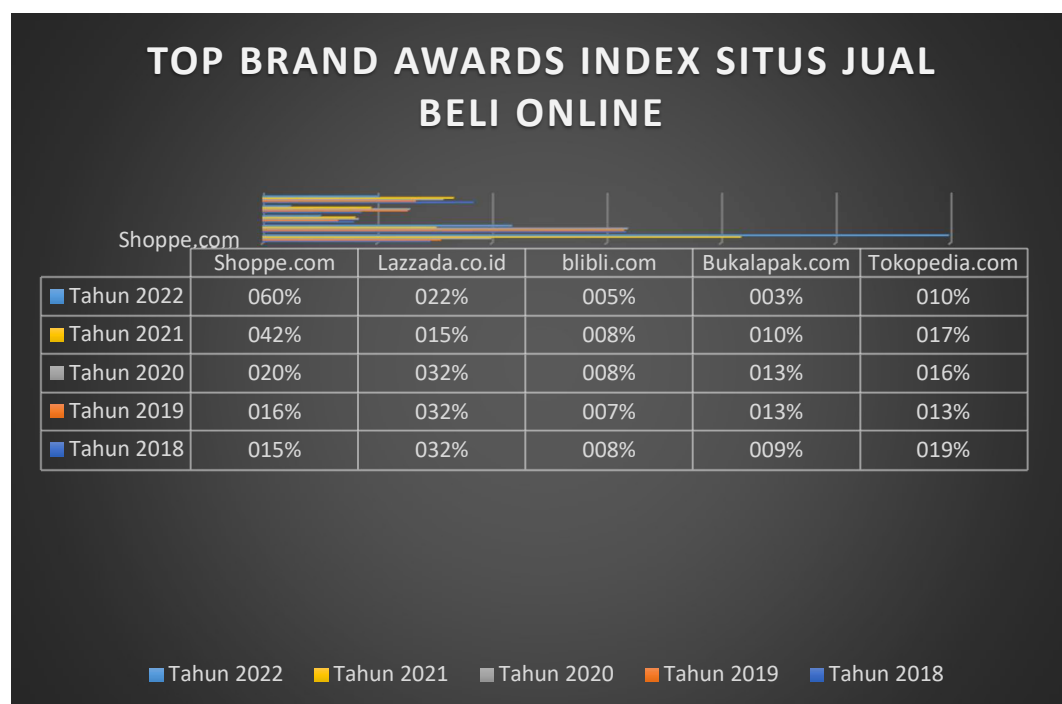
Beli	Jual	Bantuan
Belanja di Tokopedia	Jualan di Tokopedia	Syarat & Ketentuan
Cara Berbelanja	Cara Berjualan	Kebijakan Privasi
Pembayaran	Gold Merchant	Pusat Resolusi
Pengembalian Dana	Beriklan	Hubungi Kami
Hot List	Penarikan Dana	
Isi Ulang Pulsa	Seller Center	

Gambar 1.2 Fitur Jual-Beli Pada Tokopedia

Produk yang tidak boleh diperjualbelikan di Tokopedia adalah: (1) Semua obat dan zat lain yang dilarang/dibatasi peredarannya menurut hukum Indonesia, yaitu obat keras, obat yang memerlukan resep dari dokter, obat bius (anestesi) dan obat tanpa izin edar BPOM, (2) Kosmetik dan makanan/minuman yang membahayakan keselamatan pengguna, untuk beberapa produk wajib SNI, (3) Produk dewasa yang mendukung pornografi dan narkoba dewasa, tidak termasuk alat kesehatan (kontrasepsi) yang diizinkan oleh hukum Indonesia, (4) Produk/barang yang melecehkan pihak/ras tertentu dan mungkin merendahkan martabat orang lain, membuka kunci alat dan segala perlengkapan yang membantu tindakan pencurian/pencurian, (5) Hewan, spesies, perangko, peralatan permainan, jimat, dan barang-barang yang diklaim oleh memiliki kekuatan gaib dan kekuatan gaib.

Untuk menarik konsumen, Tokopedia Marketplace menawarkan beberapa fitur yang berguna seperti status keanggotaan seperti Powerful Merchant for Sellers dimana penjual dapat menggunakan berbagai fitur eksklusif untuk membantu meningkatkan penjualan, penjualan dan kepercayaan pelanggan. Sementara itu, untuk membangkitkan minat konsumen, Tokopedia menyelenggarakan program inovatif Waktu Belanja Indonesia (WIB), yang menawarkan promosi khusus kepada pengguna di setiap akhir bulan di hari yang sama.

Dalam data survei IndexTop Brand Awards situs jual beli-online, tokopedia mengalami kenaikan serta penurunan peringkat. Mulai dari tahun 2018-2022 dapat dilihat pada gambar grafik berikut :



Gambar 1.3 Grafik Top Brand Awards Marketplace Index Situs Jual Beli Online

https://www.topbrand-award.com/top-brand%20index/?tbi_find=Shopee

Dari grafik di atas, terlihat bahwa pasar Tokopedia menempati urutan ketiga, di belakang pasar Shopee dan Lazada. Berkurangnya pengunjung berarti Tokopedia harus memikirkan cara untuk meningkatkan jumlah pengunjung agar tidak terus berkurang orang, cara untuk meningkatkan jumlah pengunjung menjadi dengan menggunakan promosi atau diskon yang baik diharapkan dapat meningkatkan pendapatan. Pengaruh teknologi terhadap bisnis jual beli di era modern ini memaksa perusahaan untuk saling bersaing memperebutkan kepentingan konsumen. Sebuah perusahaan membutuhkan strategi pemasaran produknya untuk menarik perhatian konsumen.

Pengaruh teknologi dalam bisnis perdagangan saat ini pasti menyebabkan perusahaan saling bersaing untuk kepentingan konsumen. Sebuah perusahaan membutuhkan strategi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen terhadap produknya. Salah satu strategi yang biasa digunakan oleh suatu perusahaan adalah strategi untuk menentukan harga produknya. Harga produk komoditas umumnya selalu menjadi perhatian konsumen untuk membeli komoditas. Oleh karena itu, banyak perusahaan menawarkan diskon untuk membuat produk mereka menarik.

Di bawah pengaruh strategi diskon, juga digunakan oleh aplikasi Tokopedia. Setiap pengguna baru aplikasi Tokopedia akan mendapatkan diskon 50% dari harga produk. Dan untuk diskon di waktu-waktu tertentu, seperti akhir bulan di hari gajian ke Tokopedia menawarkan diskon menarik untuk mendorong konsumen membeli dan merasa puas dengan layanan yang ditawarkan oleh aplikasi Tokopedia yang disediakan.

Menurut Kotler dan Keller (2016), memberikan penjelasan tentang jenis-jenis potongan harga tahun, antara lain: (1) diskon tunai, yaitu diskon yang diberikan kepada konsumen yang membayar tunai, (2) diskon volume diskon, adalah diskon untuk pembeli massal, (3) diskon fungsional, adalah penawaran produsen kepada anggota saluran perdagangan dalam hal pencatatan dan pengarsipan, (4) diskon musiman, adalah diskon kepada konsumen yang membeli produk dari Season.

Pengaruh keragaman produk yang tersedia di aplikasi Tokopedia dapat memicu minat beli konsumen untuk membeli barang yang mereka butuhkan. Kotler dan Keller (2007) berpendapat bahwa keragaman produk adalah kumpulan produk dari setiap produk yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli. Keanekaragaman produk adalah kelengkapan barang yang dijual dan ketersediaan barang yang dijual. Kelengkapan produk merupakan faktor penting dalam preferensi pembelian konsumen, meskipun memiliki banyak aplikasi lain yang juga memberikan keragaman produk, jika memiliki kualitas yang lebih baik dan layanan yang memuaskan, konsumen lebih cenderung memilihnya.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka dilakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Price Discount, Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi Pada Pengguna Baru Aplikasi Tokopedia).

Berdasarkan pernyataan di atas, peneliti ingin melihat dampak yang ditimbulkan, baik secara parsial maupun simultan, antara *price discount* dan

keragaman produk terhadap keputusan pembelian pelanggan pengguna aplikasi Tokopedia. keragaman produk terhadap keputusan pembelian pelanggan pengguna aplikasi Tokopedia.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan konteks di atas, maka rumusan masalah yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel price discount berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian pengguna aplikasi Tokopedia. ?
2. Apakah variabel keragaman produk berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Tokopedia?
3. Apakah variabel price discount dan variabel keragaman produk secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Tokopedia?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Mengeksplorasi dan menjelaskan secara parsial pengaruh variabel price discount terhadap variabel keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Tokopedia
2. Menggali dan menjelaskan secara parsial pengaruh variabel keragaman Produk terhadap variabel keputusan pembelian pengguna aplikasi Tokopedia.

3. Serta juga dan jelaskan pengaruh Variabel price discount dan Variabel keragaman Produk terhadap Variabel Keputusan Pembelian pengguna aplikasi Tokopedia.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Teoritis

Kajian ini dapat menambah segudang pengetahuan secara umum, tentang ilmu pemasaran dan khususnya tentang variabel Diskon dan Keragaman Produk terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi Tokopedia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Kajian ini dapat memberikan wawasan yang dapat digunakan untuk mempertimbangkan bagi pelaku bisnis akan pentingnya pemberian diskon dan keragaman produk agar niat perilaku terikat pada konsumen.