BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi manusia tidak lagi menyangkut batas, jarak, ruang dan waktu. Saat ini, manusia juga jarang berkomunikasi tatap muka karena beralih ke percakapan tertulis. Masyarakat semakin banyak menggunakan *smartphone* untuk mengirim pesan, bahkan berbelanja juga bisa melalui *smartphone*. Perkembangan bisnis *e-commerce* di Indonesia sendiri telah merubah beberapa perilaku konsumen, salah satunya adalah kebiasaan berbelanja di pusat perbelanjaan atau toko sekarang mulai beralih dengan menggunakan media *online*. Berbagai kemudahan dapat dirasakan konsumen dengan media *online* seperti, konsumen tidak perlu lagi mendatangi toko atau tempat perbelanjaan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkannya. Tentunya dengan dipermudah dalam kecanggihan teknologi ini membuat masyarakat di Indonesia akan beralih menggunakan bisnis *online* atau membeli dengan cara *online*. Cukup dengan menggunakan *Smartphone* anda untuk mengakses situs aplikasi belanja *online* tanpa ribet. Salah satu aplikasi yang saat ini marak digunakan saat ini adalah Shopee.

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak dibidang jual beli secara *online* dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan *smartphone*. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara *online* tanpa harus ribet menggunakan perangkat komputer. Namun cukup menggunakan *smartphone* saja, Shopee akan menawarkan berbagai macam produk-produk fashion hingga produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee dengan gencarnya melakukan berbagai macam promosi, seperti Diskon besar-besaran, Voucher gratis ongkir ke seluruh Indonesia, Shopee games dan promosi lainnya untuk tetap bertahan pada *Platform* belanja terlaris di Indonesia. Dalam hal ini, tren berbelanja *online* sangat disenangi masyarakat karena keputusan pembeliannya tidak serumit belanja *offline*.

Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengetahui masalahnya, mencari informasi produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Oleh karena itu, jika konsumen sudah mendapatkan pengalaman menyenangkan saat melakukan pembelian suatu produk, maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian ulang. Sebelum konsumen memutuskan pembelian suatu produk, konsumen akan memiliki beberapa pertimbangan seperti diskon dan promo gratis ongkos kirim dalam melakukan pembelian produk secara *Online*.

Diskon harga merupakan potongan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Dalam era persaingan yang ketat seperti ini, perusahaan harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga sangat mempengaruhi kemampuan bersaing suatu perusahaan dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Maka perusahaan akan melakukan strategi diskon supaya konsumen agar tidak berpindah ke perusahaan lain. Selain itu, diskon cukup mendapat respon yang cepat dari konsumen. Maraknya diskon saat ini sangat menguntungkan bagi masyarakat terutama bagi mahasiswa.

Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis memiliki kecenderungan memenuhi kebutuhannya melalui berbelanja melalui *online.* Berikut ini adalah *Marketplace* yang biasa digunakan Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis:

Tabel 1.1 *Marketplace* yang digunakan Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis

No	Marketplace
1	Shopee
2	Tokopedia
3	Bukalapak
4	Lazada

Sumber: Data Olahan 2021

Berdasarkan pengamatan pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis yang berbelanja *online* melalui aplikasi shopee sudah loyal terhadap produk maupun pelayanan yang telah diberikan oleh beberapa toko yang ada di shopee. Selain itu, banyaknya promosi yang ada di aplikasi shopee dan produk yang ada di shopee memiliki harga dan kualitas yang diinginkan mahasiswa. Sebagian

mahasiswa yang menggunakan aplikasi shopee karena terpengaruh oleh promosi ataupun terpengaruh dengan penilaian-penilaian yang diberikan oleh konsumen terdahulu. Sehingga Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis terpengaruh oleh adanya suatu persepsi. Persepsi yang dimaksud promosi dan penilaian konsumen untuk mengambil keputusan dalam membeli produk yang diinginkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan penulis tertarik untuk melakukan penelitian "Pengaruh Diskon Harga terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara *Online* pada Pengguna Aplikasi Shopee" (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah "Bagaimana Pengaruh Diskon Harga terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara *Online* pada Pengguna Aplikasi Shopee" (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang keputusan pembelian barang secara *online* pada pengguna aplikasi shopee.
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang diskon harga pada pengguna aplikasi shopee.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh diskon harga terhadap keputusan pembelian barang secara *online* pada pengguna aplikasi shopee.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai oleh penulis dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. 4.1 Bagi Penulis

Penulis berharap dalam penelitian ini bisa memberikan manfaat kepada pembaca sebagai berikut:

1. Dapat menerapkan ilmu yang didapat selama duduk dibangku kuliah.
2. Dapat menambah pengetahuan serta pengalaman.
3. Serta penulis dapat meneliti bagaimana pengaruh diskon harga terhadap keputusan pembelian barang secara *online* pada pengguna aplikasi shopee (studi kasus pada mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis).

1.4.2 Bagi Program Studi Administrasi Bisnis

Penulis berharap dalam penelitian ini bisa memberikan manfaat kepada Program Studi Administrasi Bisnis sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Program Studi Administrasi Bisnis.
2. Memberikan informasi tambahan mengenai pengaruh diskon harga terhadap keputusan pembelian barang secara *online* pada pengguna aplikasi shopee.

1.4.3 Bagi Pihak Lain

Penulis berharap dalam penelitian ini bisa memberikan manfaat kepada Pihak Lain sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca.
2. Memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan bidang perilaku konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan

Agar penulisan laporan tugas akhir ini dapat sistematis dan tersusun dengan rapi maka diperlukan sistematika penulisan laporan. Berikut ini adalah sistematika penulisan laporan tugas akhir:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan diuraikan tentang penelitian terdahulu dan teori-teori yang relevan dengan pokok bahasan dalam penelitian tugas akhir ini, khusus nya yang berkaitan dengan keputusan pembelian barang secara *online* pada pengguna aplikasi Shopee.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan secara khusus berkaitan dengan tata cara penulisan yang dilakukan meliputi lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis data dan jenis penelitian.

BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan hasil dan pembahasan. Hasil penelitian tugas akhir berisikan data yang mencakup antara lain: untuk mengetahui pengaruh diskon harga terhadap keputusan pembelian barang secara online pada pengguna aplikasi Shopee.

BAB 5: PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab terakhir, yang mana akan dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, kemudian penulisan memberikan saran-saran yang mungkin bermanfaat.