

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan *Online Shop* atau toko online melalui media internet sudah menjamur di Indonesia, bahkan sudah sangat dikenal baik oleh khalayak ramai. Banyaknya beragam kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat Indonesia menjadikan *Online Shop* sebagai salah satu “tempat berbelanja” baru selain pusat perbelanjaan. Hal ini membuat banyak penjual *Online Shop* yang berlomba-lomba menawarkan produknya dengan berbagai cara untuk menarik konsumen berbelanja, mereka memanfaatkan keadaan dimana *Online Shopping* sedang saat diminati oleh masyarakat Indonesia sampai saat ini seperti pembelian produk *Fashion* di Shopee.

Shopee adalah salah satu pusat perbelanjaan yang dikelola oleh Garena (berubah nama menjadi SEA Group). Bisnis *C2C (customer to customer) mobile market place* yang diusung Shopee memungkinkan kehadirannya dapat dengan mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk di Indonesia. Shopee Indonesia resmi diperkenalkan di Indonesia pada Desember 2015 di bawah naungan PT Shopee International Indonesia. Sejak peluncurannya, Shopee Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, bahkan hingga Oktober 2017 aplikasinya sudah di *download* oleh lebih dari 25 juta pengguna. Menawarkan *one stop mobile experience*, Shopee menyediakan *fitur live chat* yang memudahkan para penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi dengan mudah dan cepat. Pelanggan yang berbelanja melalui situs Shopee ini tidak dikenakan biaya pengiriman ke seluruh Indonesia dan garansi pengembalian apabila pelanggan merasa tidak puas dengan produk yang diterimanya. Shopee menyediakan beberapa pilihan mode pembayaran dan situs ini mempunyai navigasi yang sederhana dan intuitif sehingga mempercepat dan mempermudah dalam belanja *online*.

Keanekaragaman dan jangkauan produk *fashion* yang ada pada saat ini mendorong konsumen untuk melakukan identifikasi dalam pengambilan keputusan saat

menentukan suatu yang menurut mereka sesuai dengan *budget* yang mereka punya dan sesuai dengan kebutuhan. Banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk misalnya, faktor pribadi.

Proses seseorang konsumen membeli produk *fashion* melalui Shopee diawali dengan timbulnya kesadaran konsumen atau sesuatu informasi atau produk *fashion* yang diperoleh dari internet atau media sosial. Kegiatan belanja secara *online* merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan tatap muka secara langsung melainkan dilakukan melalui media *notebook*, komputer, atau *handphone* yang tersambung layanan *internet*. Keunikan saat membeli secara *online* apalagi melalui Shopee adalah ketika konsumen yang berpotensi menggunakan internet dan mencari-cari informasi yang berkaitan dengan barang atau jasa yang dibutuhkan.

Keputusan untuk membeli suatu produk sangatlah dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas produk tersebut. Konsumen sangat mempertimbangkan kualitas produk yang akan mereka beli. Perusahaan dituntut untuk bekerja lebih efektif dan efisien agar dapat memberikan kualitas produk yang lebih unggul dari pesaing. Tuntutan permintaan akan sebuah produk yang semakin berkualitas membuat perusahaan akan bergerak dibidang *fashion* terutama, akan berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki.

Perkembangan dunia *fashion* di Indonesia saat ini semakin pesat, *fashion* merupakan kebutuhan masyarakat tentang bagaimana gaya hidup masyarakat dalam berpenampilan sesuai *trend* perkembangan zaman. Masyarakat *fashionable* dan *modern* khususnya wanita yang berdaya beli lebih tinggi untuk membeli produk *fashion* yang mengikuti *trend* dunia. Kebutuhan gaya hidup masyarakat akan *fashion* tidak hanya dilihat dari pakaian, melainkan kebutuhan akan tas yang selalu *update* juga sangat penting bagi *fashionista*, yaitu seseorang yang terlibat dalam dunia model atau dengan semangat untuk *fashion*. Kata *fashionista* ini juga dipakai untuk menjelaskan seseorang yang mempunyai *personal style* yang luar biasa.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan penulis tertarik untuk melakukan penelitian “Faktor-faktor pribadi Yang mempengaruhi keputusan

pembelian produk *fashion* di Shopee” (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada proposal penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh faktor-faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian produk *fashion* di Shopee 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 faktor-faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan terhadap pembelian produk *fashion* di Shopee (studi kasus pada mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis).
2. Untuk Mengetahui faktor pribadi yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di Shopee (studi kasus pada mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis).
3. Untuk mengetahui faktor pribadi yang paling rendah pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di Shopee (studi kasus pada mahasiswa politeknik Bengkalis).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai oleh penulis dalam penulisan proposal 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

Bagi Perusahaan

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

1. Dapat digunakan sebagai informasi dan masukan bagi pihak perusahaan.
2. Memberikan informasi tambahan mengenai faktor-faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian produk *fashion* di Shopee.

4.1.3 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. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain pada masa yang akan datang khususnya yang meneliti tentang faktor-faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian produk *fashion* di Shopee.

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, khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian produk *fashion* di 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 faktor-faktor pribadi yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian produk *fashion* .

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.

