**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi informasi dan Komunikasi mempengaruhi produsen dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Perusahaan harus mampu mengikuti perkembangan teknologi dalam transaksi perdagangannya agar dapat bersaing dalam era digital sekarang ini. Masyarakat dimudahkan dalam mengakses dunia melalui teknologi salah satunya adalah internet. Melalui internet orang dapat menemukan segala kebutuhan yang dibutuhkan, seperti pemesanan tiket hotel, makanan, dan belanja semua bisa dilakukan secara *online.* Perkembangan teknologi semakin hari juga semakin berkembang, salah satunya internet pada era tahun 1990an hanya dapat diakses melalui *computer* saja, tapi seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi internet sudah dapat diakses melalui telepon genggam *(Handphone).*

Masyarakat zaman sekarang terlebih kaum *milenial* lebih cenderung menghabiskan waktu mereka menggunakan *Handphone.* *Handphone* saat ini sudah menjadi kebutuhan *Primer* bagi masyarakat zaman sekarang. Mereka menggunakan *Handphone* tidak hanya sekedar *chattingan* di *media* sosialdan bermain *Games,* tetapi Mereka juga bisa menggunakan *Handphone* untuk berbelanja *online* melalui fitur-fitur aplikasi yang sudah tersedia. Perkembangan *Online Shop* atau Toko *Online* melalui media internet sudah meluas di Indonesia, bahkan sudah dikenal sangat baik oleh masyarakat Indonesia. Banyaknya beragam kemudahan dalam berbelanja *online* dan berbagai macam jenis produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat

Indonesia menjadikan *Online Shop* sebagai salah satu Tempat Berbelanja baru selain dipusat perbelanjaan. Hal ini banyak membuat Toko yang ada di *Online Shop* berlomba-lomba menawarkan produknya dengan berbagai cara untuk menarik konsumen berbelanja, mereka memanfaatkan keadaan dimana *Online Shop* atau Tempat Perbelanjaan *Online* Seperti Shopee, Lazada, Bukalapak, dan lain sebagainya sedang diminati oleh Masyarakat Indonesia sampai saat sekarang ini. Belanja *Online* adalah kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media internet. Dengan belanja Online seorang konsumen bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang khendak ia beli melalui web yang dipromosikan oleh penjual. Kegiatan belanja *online* merupakan kegiatan komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melaiankan dapat dilakukan secara terpisah melalui media *Notebook, computer,* atau *Handphone* yang tersambung dengan layanan akses internet.

Namun, meskipun konsumen bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang khendak ia beli, biasanya ada beberapa hal yang dipertimbangkan oleh seorang konsumen atau pembeli sebelum berbelanja online, yaitu: Kualitas Produk dan Harga. Biasanya ditoko-toko *online* seperti yang ada di Aplikasi *Shopee, lazada,* bukalapak dan lainnya suka memberikan potongan harga atau diskon untuk menarik minat beli konsumen. Meskipun begitu masih banyak konsumen yang lebih memilih memperhatikan kualitas produk dibanding harga. Menurut Khairinal (2017: 224), produk adalah barang atau jasa yang dibuat ditambah nilai gunanya dalam proses produksi sehingga menjadi barang setengah jadi dan menjadi barang jadi, siap dijual untuk dipakai. Untuk menarik minat beli konsumen terhadap suatu produk atau barang yang ditawarkan, produsen perlu memperhatikan kualitas produk mereka. Menurut *Kotler* dan *Armstrong* (2012: 230) mengatakan kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat *(benefits)* bagi pelanggan.

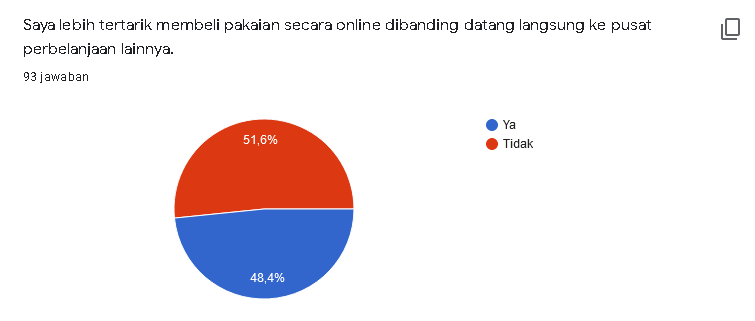
Dalam berbelanja *online* yang dipertimbangkan konsumen selain kualitas produk, yaitu harga. Bagi sebagian masyarakat tingkat harga menjadi salah satu simbol dari kualitas produk yang ditawarkan. Semakin tinggi harga produk pada umumnya kualitas produk yang bersangkutan tinggi juga, sebaliknya semakin rendah harga semakin rendah juga kualitas produk. Pendapat tersebut sebenarnya kurang tepat, karena tinggi rendahnya kualitas produk bukan hanya ditentukan oleh faktor harga. Menurut Suparyanto dan Rosad (2015: 141) mengatakan, harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk.

Sedangkan potongan harga menurut Tjiptono (dalam Rizky dan Supandi, 2015) adalah diskon yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. para Konsumen tertarik untuk mendapatkan harga yang pantas. Sedangkan Menurut Assauri (2009: 126) Harga yang pantas berarti nilai yang dipersepsikan pantas saat transaksi dilakukan. Kunsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan harga yang mahal berarti mempunyai kualitas yang baik, sedangkan apabila harga yang murah mempunyai kualitas yang kurang baik. Berbeda dari pendapat Tjiptono, *Philip Kotler* (dalam Meigie, James, dan Maria, 2017) menyatakan, potongan harga (diskon) adalah pengurangan harga yang diberikan perusahaan dalam periode tertentu dan untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Berdasarkan definisi diatas, disimpulkan bahwa potongan harga adalah nilai yang diberikan sebagai bentuk pengurangan biaya dalam proses pembayaran.

Ada beberapa faktor yang harus diketahui oleh para produsen khususnya pemilik toko *Online Shop* yang mana dapat mempengaruhi minat seseorang khususnya Mahasiswa Pendidikan Ekonomi untuk Berbelanja Online, yaitu: kenyamanan, Kelengkapan Informasi, ketersediaan produk dan jasa, dan Efisiensi biaya dan waktu. Didalam memutuskan pembelian produk konsumen memerlukan beberapa pertimbangan, antara lain: kualitas, harga, merk dan lain sebagainya.

Pendidikan Ekonomi merupakan salah satu Program Studi yang ada di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi. Program studi pendidikan ekonomi atau ilmu ekonomi merupakan salah satu program studi tertua dalam dunia pendidikan tinggi. Program studi pendidikan ekonomi juga memberikan wawasan tentang isu-isu pembangunan sosial ekonomi. di prodi pendidikan ekonomi kita akan diasah untuk menjadi seorang ahli ekonomi atau sebagai seorang guru ekonomi. program studi pendidikan ekonomi juga cocok buat kalian yang punya minat dalam dunia bisnis dan jual beli. Dimana Mahasiswa pendidikan ekonomi juga banyak memanfaatkan kemajuan teknologi seperti *Handphone* untuk berbelanja *online* melalui fitur aplikasi seperti *Shopee, Lazada,* Bukalapak dan Aplikasi belanja *Online* lainnya.

Saat peneliti melakukan observasi awal melalui angket yang disebar ke *Group WhatsApp* pada bulan Desember 2020 sampai bulan januari 2021 di Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi. Dari data yang dikumpulkan peneliti pada observasi awal melalui angket yang disebar ke *Group WhatsApp*, mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 dan 2019 lebih cenderung untuk datang langsung ketoko atau perusahaan dibanding berbelanja melalui situs *online* ketika hendak membeli barang atau produk. Hal ini dapat dilihat dari jumlah persentase Mahasiswa yang mengisi angket yang disebar melalui *Group WhatsApp,* ada pun jumlah persentasenya sebagai berikut:



Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1cU8gmPg3TOx0OPoW8tzqlxD6hKS3mO>

yRIMXfu\_B3jM/edit

**Gambar 1.1 Persentase Minat Belanja *Online***

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi fakultas keguruan dan ilmu pendidikan universitas jambi masih kurang. Kenyataan bahwa minat belanja *online* mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2018 dan 2019 masih rendah dan bervariasi. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1 Data Hasil Hasil Observasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Instrumen | Jumlah Responden | Persentase | |
| Ya | Tidak |
| 1 | Saya Membeli Produk Pakaian karena motifnya yang menarik. | 93 | 89,2% | 10,8% |
| 2 | Besaran Potongan Harga yang diberikan oleh pemilik Toko *Online* pada suatu Pakaian menambah minat saya untuk berbelanja *Online.* | 93 | 66,7% | 33,3% |
| 3 | Saya lebih tertarik membeli pakaian secara *online* disbanding datang langsung ke pusat perbelanjaan lainnya. | 93 | 48,8% | 51,6% |
| Yang tidak mengisi Angket Observasi | | 70 Mahasiswa | | |
| Jumlah Mahasiswa | | 163 Orang | | |

Sumber: diolah oleh peneliti terlampir dari instrumen Observasi

Dari tabel hasil observasi diatas terlihat bahwa mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2018 dan 2019 yang berbelanja *online* memilik persentase sebesar 48,8%. yang mana dari 93 Responden yang mengisi angket observasi Penelitian ada 45 Responden yang menjawab Iya dengan Persentase Sebesar 48,8%, dan ada 48 Responden yang menjawab Tidak dengan persentase sebesar 51,6%. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi untuk membeli barang atau produk melalui situs *online*. Sebagai solusinya maka pemilik perusahaan atau toko *online* perlu memperhatikan produk yang dijual sehingga dapat meningkatkan minat mahasiswa atau konsumen untuk berbelanja *online*. Ada beberapa faktor yang menjadi penentu minat seseorang atau konsumen untuk berbelanja *online* yaitu kualitas produk yang dijual oleh toko *online*. menurut Habibah dan Sumiati (2016) mengatakan kualitas produk (*Product quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Hal tersebut menjadi faktor utama yang dapat dilihat langsung oleh pembeli atau konsumen, jika produk yang kita jual baik dan memenuhi standar kelayakan maka hal demikian akan membuat konsumen kita merasa puas dan senang terhadap produk kita sehingga hal demikian akan membuat konsumen tersebut kembali lagi ke toko kita. Selain kualitas Produk, Hal lain yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berbelanja *online* adalah potongan harga atau diskon yang kita berikan kepada konsumen kita.

Menurut Anggun, Heryanto, dan Astuti (2018) potongan harga adalah salah satu strategi yang dianggap sangat efektif pada saat ini. Tujuan dari diadakannya potongan harga adalah untuk menjaga stabilitas perputaran uang. Perputaran uang ini digunakan untuk membiayai operasional, tenaga kerja dan biaya lain yang terkait dengan daur hidup perusahaan. sedangkan Menurut Rahmat (2018) potongan harga secara sederhana diartikan sebagai sebuah penawaran dari penjual atau pemasok kepada pembeli dengan mengurangi harga jual jika pembayaran atau transaksi dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Jika harga yang kita tawarkan ke konsumen kita sesuai dengan yang mereka inginkan, maka hal tersebut juga akan membuat konsumen kembali lagi ke toko kita.

Namun, masalah utama yang dialami sebagian pemilik toko *online shop* adalah pemberian harga yang diberikan apakah sudah sesuai dengan harga yang diharapkan konsumen atau belum. Oleh karena itu pemiliki toko *Online shop* dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan harga sesuai dengan kualitas produk yang mereka jual atau tawarkan. Menjalin hubungan yang baik dengan konsumen perlu dilakukan agar kualitas produk dan potongan harga yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Berdasarkan berbagai latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul: “**Pengaruh Kualitas Produk dan dan Potongan Harga terhadap Minat Belanja Online pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi”.**

**1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.
2. Apakah terdapat pengaruh potongan harga terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan potongan harga terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

**1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.
2. Untuk Mengetahui pengaruh potongan harga terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.
3. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas produk dan potongan harga terhadap minat belanja *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

**1.4 Manfaat Penelitian**

Kegunaan dari manfaat peelitian sendiri mempunyai dua hal, yaitu: mengembangkan ilmu pengetahuan (secara *teoritis* dan *praktis*) dan membantu mengatasi, memecahkan dan mencegah masalah yang ada pada *objek* yang diteliti. Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai maka ada beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadikan penambahan wawasan pengetahuan tentang teori-teori yang berhubungan dengan kualitas produk dan potongan harga terhadap minat belanja *online*.

1. Manfaat Praktis
2. Bagi Produsen

Adapun manfaat dari penelitian ini, dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi produsen khususnya yang mempunyai toko *online shop* untuk meningkatkan kualitas produk terhadap minat belanja online konsumen.

1. Bagi Konsumen

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada konsumen agar terlebuh dahulu memperhatikan kualitas produk sebelum berbelanja online.

1. Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya dapat dijadikan bahan pertimbangan dan refrensi terhadap penelitian yang relevan.

**1.5 Batasan Masalah**

Batasan masalah adalah ruang lingkup masalah atau upaya membatasi ruang lingkup masalah yang terlalu luas atau lebar sehingga peneliti bisa lebih fokus untuk melakukan penelitiannya. Untuk itu peneliti memberi batasan masalah dalam penelitian ini. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti dilakukan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 dan Angkatan 2019.
2. Kualitas Produk dalam penelitian ini merupakan kualitas produk pakaian Remaja yang dibeli melalui situs *online* atau aplikasi *online.*
3. Potongan Harga dalam penelitian ini merupakan potongan harga yang diberikan oleh perusahaan atau pemilik toko *online* pada saat Berbelanja *online.*
4. Minat yang diukur adalah minat belanja *online* pada mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi.

**1.6 Definisi Operasional**

1. Minat Belanja Online

Minat Belanja (*intention to buy*) atau yang lebih dikenal dengan niat beli berhubungan dengan rencana dan keinginan konsumen untuk membeli produk tertentu, serta jumlah unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Minat belanja merefleksikan pernyataan mental konsumen terkait dengan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Minat belanja juga bisa dikatakan sebagai suatu proses perencanaan pembelian suatu produk yang akan dilakukan oleh konsumen dengan mempertimbangkan berbagai hal, diantaranya adalah banyak unit produk yang dibutuhkan dalam periode waktu tertentu, merek, dan sikap konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut. minat belanja diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Belanja atau membeli yang dilakukan dengan media *online* adalah keinginan seseorang untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen melalui media *online.* Adapun indikator dari minat belanja *online* adalah: (1) Minat Transaksional, (2) Minat Referensial, (3) Minat Preferensial, (4) Minat Eksploratif.

1. Kualitas Produk

Kualitas Produk adalah adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. kualitas produk juga dapat dikatakan sebagai keadaan tentang suatu barang yang akan dijual dari perusahaan yang sudah memiliki kualitas mutu yang tinggi dan tidak dimiliki oleh produk yang dikeluarkan oleh perusahaan pesaing, jadi perusahaan yang membuat produk tersebut lebih memfokuskan kualitas produk yang dihasilkan dan sebelum produknya dipasarkan perusahaan akan mencari tahu tentang produk pesaing, produk yang mempunyai tampilan yang menarik dan penampilan yang terbaik belum tentu kualitas produk tersebut tinggi. kualitas produk juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang diciptakannya, karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan para konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. Adapun Indikator Kualitas Produk adalah sebagai berikut: (1) Bentuk (*Form*), (2) Fitur (*Feature*), (3) Kinerja (*Performance*), (4) Kesan Kualitas *(Perceived quality),* (5) Ketahanan *(durability),* (6) Keandalan *(Reliability),* (7) Kemudahan Perbaikan *(Repairability),* (8) Gaya *(Style),* (9) Desain *(Design),* (10) Kemampuan Produk, (11) Fungsi Produk, (12) Kelebihan Produk, (13) Nilai Produk, (14) Rasanya yang enak dan (15) Daya Tahan Konsumen.

1. Potongan Harga

potongan harga adalah diskon yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Atau juga bisa dikatakan sebagai pengurangan harga yang diberikan perusahaan dalam periode tertentu dan untuk meningkatkan penjualan suatu produk. potongan harga juga dapat dikatakan sebagai potongan tunai yang ditawarkan untuk diberikan kepada para konsumen yang akan membeli produk yang kita tawarkan. diskon atau potongan harga memiliki daya kekuatan sendiri dalam proses tawar menawar suatu produk, sehingga akan menciptakan keadilan harga. potongan harga adalah diskon yang diberikan pada setiap barang yang dijual secara *offline* maupun *online* agar produknya diminati oleh banyak pembeli. Adapun Indikator dari Potongan Harga adalah sebagai berikut: (1) Besarnya Potongan Harga, (2) Masa Potongan Harga, (3) Jenis Produk yang mendapatkan Potongan Harga. ……………