

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan dan perkembangan internet saat ini semakin berkembang tanpa batas dikarenakan semakin meningkatnya penggunaan internet di kalangan masyarakat. Internet dapat didefinisikan sebagai jaringan komunikasi global yang dapat menghubungkan seluruh komputer didunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesinnya. Penggunaan internet sekarang ini tidak hanya digunakan untuk memperoleh informasi saja, akan tetapi sekarang ini dapat dimanfaatkan untuk banyak hal yaitu salah satunya peluang usaha dan menjalankan bisnis yang digunakan sebagai sarana dalam melakukan transaksi perdagangan yang tidak terbatas waktu maupun tempat. Tanpa disadari, dengan kemajuan teknologi dan tuntutan dari masyarakat dalam hal berbelanja dapat memberikan pengaruh yang sangat nyata dikehidupan masyarakat.

Dalam berbelanja *online* terdapat kelebihan dan kekurangan yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian pembeli. Menurut Firmansyah (2018:27), Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Kelebihan yang dapat dirasakan pembeli pada saat berbelanja *online* yaitu diantaranya pembeli dapat menghemat waktu dalam berbelanja sehingga lebih praktis dan fleksibel disertai dengan banyaknya metode pembayaran sehingga

pembeli lebih mudah untuk melakukan pembayaran kapan saja dan dimana saja. Untuk kekurangannya yaitu pengiriman yang memakan waktu sehingga barang tidak langsung sampai ke tangan pembeli ditambah lagi pembeli tidak dapat mencoba barang yang sering kali mengakibatkan barang yang sudah dipesan tidak sesuai dengan keinginan pembeli.

Klik Com merupakan sebuah toko yang beroperasi pada tahun 2009 dalam bidang penjualan perlengkapan komputer dan juga menyediakan berbagai barang CCTV. Secara lengkapnya perusahaan menawarkan UPS untuk komputer, monitor, CCTV, penjualan *mouse* dan *keyboard*, *alarm*, *access door*, dan berbagai aksesoris-aksesoris komputer lainnya. Berikut ini beberapa contoh barang yang ditawarkan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Gambar 1.1
Barang Klik Com



Sumber: Klik Com, 2021

Selain itu, Klik Com juga menerima jasa perbaikan untuk berbagai barang sejenis sehingga tidak hanya menawarkan barang akan tetapi juga jasa. Klik Com sendiri beralamatkan pada jalan Gunung Sibual Buali 3D yang berada disimpang BCA jalan Krakatau Medan. Berbagai varian barang yang lengkap disertai dengan pemberian jasa pemasangan kepada pembeli tentu saja membuat pembeli semakin tertarik untuk terus melakukan pembelian pada Klik Com. Berikut ini merupakan data penjualan dari Klik Com:

Tabel 1.1
Data Penjualan Klik Com Periode 2016 sampai 2020

Tahun	Nominal
2017	Rp. 2.574.957.000
2018	Rp. 2.619.362.000
2019	Rp. 2.744.791.000
2020	Rp. 2.139.584.000
2021	Rp. 2.281.065.000

Sumber: Klik Com, 2021

Berdasarkan pada tabel yang ada, dapat diketahui bahwa nominal penjualan dari Klik Com terus mengalami kenaikan dari tahun 2016 sampai dengan 2019, akan tetapi untuk tahun 2020 sendiri mengalami penurunan karena adanya pandemi covid-19 yang menyerang secara global. Biasanya pembeli yang melakukan pembelian ataupun menggunakan jasa dari toko merupakan perusahaan-perusahaan yang membutuhkan berbagai perangkat komputer ataupun CCTV untuk perusahaan mereka. Tidak jarang pula adanya pembeli yang menggunakan jasanya ketika sedang mengalami kerusakan pada perangkat mereka.

Baiknya pelayanan yang diberikan oleh Klik Com semakin lama semakin terdengar dan menarik perusahaan lain untuk mencoba menggunakan jasanya

ataupun melakukan pembelian pada barangnya. Hal tersebut tentu saja perlahan-lahan mendorong penjualannya karena pembelian pembeli terus saja mengalami peningkatan dari waktu ke waktunya disertai dengan berbagai pemberitahuan atas kepuasan mereka pada toko. Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti didapatkan bahwa Kualitas Barang dan penggunaan *E-Commerce* diduga menjadi salah satu hal yang menjadi daya tarik bagi pembeli yang menyebabkan peningkatan pada pembelian pembeli.

Menurut Firmansyah (2019:8), Kualitas Barang merupakan pemahaman bahwa barang yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh barang pesaing. Dalam hal ini, berbagai barang yang ditawarkan oleh Klik Com dinilai dapat selalu bekerja dengan baik tanpa mengalami hambatan apapun. Selain itu barang-barang yang ditawarkan juga dinilai selalu tahan lama digunakan dan tidak hanya diberikan sebuah janji palsu bahwa barang akan tahan lama karena tidak sedikit pula toko yang mengatakan hal demikian agar barangnya dapat terjual, akan tetapi Klik Com tidak demikian dimana toko tersebut secara langsung menjelaskan keunggulan dan kekurangan yang dimiliki oleh setiap barangnya sehingga pembeli dapat dengan jelas menentukan pilihannya karena telah mengetahui kekurangannya sehingga dapat lebih selektif lagi dalam memilih barangnya.

Terdapat beberapa keunggulan dari barang yang ditawarkan oleh Klik Com seperti CCTV yang tahan jika terkena air atau dapat dikatakan *waterproof* dimana biasanya beberapa CCTV yang dipasang pada luar teras sering terkena hujan dan mengalami kerusakan sehingga dengan adanya keunggulan tersebut

membuat pembeli tidak perlu terus menerus melakukan perbaikan. Selain itu, berbagai barang juga dianggap memiliki fitur yang canggih seperti penjualan pada *keyboard wireless* yang dapat dihubungkan terhadap tiga perangkat sekaligus layaknya *portable tab*, *laptop* ataupun ke komputer langsung sehingga pembeli tidak perlu menghubungkan kembali ketika sedang mengganti perangkat yang digunakan. Adapun *access door* juga dinilai lebih sensitif sehingga lebih memudahkan pembeli dalam menggunakannya tanpa harus menunggu lama untuk terbaca aksesnya.

Menurut Hastuti, dkk (2020:70), *E-Commerce* merupakan segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa dengan menggunakan media elektronik yang biasanya merupakan media internet. Dalam hal penggunaan *E-Commerce*, Klik Com juga dinilai sangat aktif mempromosikan barang-barangnya dimana hal ini telah dimulai sejak tahun 2016 sehingga tidak sedikit pula pembeli yang melakukan pemesanan melalui Instagram yang kemudian akan diantarkan oleh pihak toko ketika sedang melewati jalur tersebut dan ketika tidak ada jalur kesana, toko akan membantu pembeli untuk melakukan pengiriman dengan menggunakan pengiriman. Penggunaan *E-Commerce* oleh pihak toko juga dinilai efektif dalam memperkenalkan Klik Com kepada kalangan masyarakat karena ketika pembeli membutuhkan barang, pembeli lainnya akan merekomendasikan Klik Com dengan membuka Instagram dan memperlihatkan barang yang dibutuhkannya. Berikut ini merupakan tabel yang menunjukkan jumlah pembeli yang melakukan pembelian pada barang secara *offline* ataupun *online*.

Tabel 1.2
Pembeli Klik Com

Tahun	Offline	Online
2017	1.938 Pembeli	3.964 Pembeli
2018	2.006 Pembeli	4.033 Pembeli
2019	1.988 Pembeli	4.189 Pembeli
2020	2.159 Pembeli	4.212 Pembeli
2021	2.206 Pembeli	4.384 Pembeli

Sumber: Klik Com, 2021

Berikut ini untuk *E-Commerce* yang digunakan oleh Klik Com dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



KLIK CCTV & COMPUTER



Sumber: Klik Com, 2021

Gambar 1.2
E-Commerce Klik Com

Berdasarkan uraian latar belakang yang sedang terjadi membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Klik Com dengan judul **“ANALISA PENGARUH KUALITAS BARANG DAN *E-COMMERCE* TERHADAP PEMBELIAN PEMBELI PADA KLIK COM MEDAN.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah diuraikan yang ada, maka disinyalir peningkatan Keputusan Pembelian disebabkan oleh:

1. Terdapat beberapa keunggulan dari barang yang ditawarkan oleh Klik Com seperti CCTV yang tahan jika terkena air atau dapat dikatakan *waterproof* dimana biasanya beberapa CCTV yang dipasang pada luar teras sering terkena hujan dan mengalami kerusakan sehingga dengan adanya keunggulan tersebut membuat pembeli tidak perlu terus menerus melakukan perbaikan. Selain itu, berbagai barang juga dianggap memiliki fitur yang canggih seperti penjualan pada *keyboard wireless* yang dapat dihubungkan terhadap tiga perangkat sekaligus layaknya *portable tab*, *laptop* ataupun ke komputer langsung sehingga pembeli tidak perlu menghubungkan kembali ketika sedang mengganti perangkat yang digunakan. Adapun *access door* juga dinilai lebih sensitif sehingga lebih memudahkan pembeli dalam menggunakannya tanpa harus menunggu lama untuk terbaca aksesnya.
2. Klik Com dinilai sangat aktif mempromosikan barang-barangnya sehingga tidak sedikit pula pembeli yang melakukan pemesanan melalui Instagram

yang kemudian akan diantarkan oleh pihak toko ketika sedang melewati jalur tersebut dan ketika tidak ada jalur kesana, toko akan membantu pembeli untuk melakukan pengiriman dengan menggunakan pengiriman. Penggunaan *E-Commerce* oleh pihak toko juga dinilai efektif dalam memperkenalkan Klik Com kepada kalangan masyarakat karena ketika pembeli membutuhkan barang, pembeli lainnya akan merekomendasikan Klik Com dengan membuka Instagram dan memperlihatkan barang-barang yang dibutuhkannya.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Kualitas Barang (X_1) dan *E-Commerce* (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Objek penelitian ini merupakan pembeli Klik Com Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan yang ada, dapat dibuat perumusan masalah yaitu:

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Barang terhadap Keputusan Pembelian pembeli pada Klik Com Medan?
2. Apakah ada pengaruh *E-Commerce* terhadap Keputusan Pembelian pembeli pada Klik Com Medan?

3. Apakah ada pengaruh Kualitas Barang dan *E-Commerce* terhadap Keputusan Pembelian pembeli pada Klik Com Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini merupakan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Barang terhadap Keputusan Pembelian pembeli pada Klik Com Medan
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *E-Commerce* terhadap Keputusan Pembelian pembeli pada Klik Com Medan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Barang dan *E-Commerce* terhadap Keputusan Pembelian pembeli pada Klik Com Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain:

1. Bagi Klik Com
Sebagai dasar perbaikan keunggulan dalam bersaing pada barang sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Kualitas Barang dan *E-Commerce* terhadap Keputusan Pembelian pembeli pada Klik Com Medan.

2. Bagi Akademisi

Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Kualitas Barang dan *E-Commerce* terhadap Keputusan Pembelian.