

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era saat ini teknologi semakin berkembang pesat, seiring perkembangan teknologi memudahkan konsumen dalam membeli barang yang diinginkan tanpa harus keluar rumah. *E-commerce* merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi, melibatkan perusahaan maupun individu untuk melakukan berbagai transaksi elektronik, pertukaran barang dan jasa, serta adanya pertukaran informasi menggunakan jaringan internet (Krisnawati, et al.,2019). *E-commerce* dijadikan sebagai salah satu media jual-beli yang menghemat waktu dan biaya. Pertumbuhan industri *e-commerce* telah mengubah cara berbelanja konsumen.

Berdasarkan data Statista Market Insights (2023), jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia mencapai 178,94 juta orang pada tahun 2022. Jumlah tersebut meningkat 12,79% dibanding pada tahun 2021 yang sebanyak 158,65 juta pengguna. Dilihat dari trennya, pengguna *e-commerce* di Indonesia terpantau terus meningkat. Bahkan jumlahnya pun diprediksi mencapai 196,47 juta pengguna hingga akhir tahun 2023 ini. Tren kenaikan jumlah pengguna *e-commerce* ini diperkirakan akan terus meningkat hingga empat tahun kedepan. Pada tahun 2027, statista memperkirakan jumlah pengguna *e-commerce* di dalam negeri mencapai 244,67 juta orang pengguna.

Shopee didirikan pada 2015, adalah platform *e-commerce* terkemuka yang menawarkan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman, dan cepat. Dengan dukungan pembayaran yang beragam dan pemasok yang kuat, shopee juga disesuaikan dengan kebutuhan setiap daerah yang dilayaninya. (Shopee Karier 2022).

Menurut data Similar Web, shopee saat ini merupakan *e-commerce* dengan pengunjung terbanyak di Indonesia. Pada September 2023 shopee dikunjungi sebanyak 237 juta pengunjung, melesat sekitar 38% dibandingkan dengan awal tahun. Pertumbuhan ini jauh melampaui beberapa *e-commerce* yang ada di Indonesia. Shopee tercatat mendapat kunjungan rata-rata 216 juta per bulan sepanjang kuartal III 2023. Melesat sekitar 30% dibandingkan pada kuartal II 2023.

Keputusan pembelian ialah tindakan sadar konsumen memilih salah satu dari beberapa alternative yang tersedia (Karim et al 2019). Ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen kerap menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Wijayaa dkk (2021) online customer review merupakan sumber informasi konsumen mengenai produk dan merek yang dijual. Menurut Arbaini (2020), Shopee menyediakan fitur review yang berupa tanggapan mengenai produk dari konsumen lain yang telah membeli produk tersebut, Sebelum membeli suatu produk biasanya para konsumen akan mencari informasi terlebih dahulu mengenai spesifikasi, kelebihan dan kekurangan produk tersebut serta harga dari produk.

Menurut Eapen, dkk (dalam pratama 2023) *Affiliate marketing* merupakan metode pemasaran yang mana produk dari individu maupun perusahaan dijual oleh pemasar, dan imbalannya pemasar tersebut akan mendapatkan komisi ketika ada transaksi dari penjualan produk yang mereka pasarkan tersebut. Cara kerja pada sistem ini jika semakin banyak orang yang melakukan review produk tersebut maka kemungkinan besar produk tersebut akan meningkat penjualannya. Hal ini dikarenakan strategi pemasaran tersebut menghemat biaya iklan tetapi memiliki dampak yang cukup bagus dalam menaikkan volume penjualan selain menguntungkan bagi perusahaan metode pemasaran ini juga menguntungkan bagi para *affiliator* karena dapat menghasilkan uang tambahan walaupun hanya dirumah.

Live Streaming dapat membangun kepercayaan konsumen dalam berbelanja online dengan menyediakan komunikasi langsung, demonstrasi produk, dan jawaban langsung terhadap pertanyaan calon pembeli, serta mengatasi keterbatasan pengalaman langsung dalam berbelanja online, Ginanjar Saputra et al (2022).

Fenomena dari pengaruh *online customer review*, *affiliate marketing*, dan *live streaming* terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee. *Online customer review* adalah komentar atau penilaian dari orang-orang yang sudah membeli produk di shopee. Ketika orang lain membaca ulasan ini, mereka jadi lebih yakin apakah mau membeli produk tersebut atau tidak. *Affiliate marketing* merupakan program rekomendasi dimana orang-orang mempromosikan produk dari shopee yang mana bisa menghasilkan uang jika ada yang membeli produk dari rekomendasi mereka. Biasanya dilakukan oleh *influencer* atau *blogger* yang punya banyak pengikut, ketika mereka mengatakan produk tersebut bagus maka pengikutnya akan tertarik untuk membeli. *Live streaming* merupakan saat penjual menampilkan dan menjelaskan produk mereka melalui video secara langsung di shopee. Pembeli yang menonton bisa bertanya tentang produk dan juga langsung membeli produk tersebut. Hal ini membuat pembeli merasa lebih yakin karena mereka bisa melihat produknya secara langsung dan bisa bertanya sebelum membeli.

Meskipun *online customer review*, *affiliate marketing*, dan *live streaming* memberikan banyak keuntungan dalam meningkatkan penjualan serta keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee, ada juga masalah yang perlu diperhatikan. Masalah pada *online customer review* seperti ulasan palsu dimana terdapat risiko ulasan yang dibuat-buat atau manipulative yang tidak mencerminkan kualitas sebenarnya dari produk, dan juga ketidak sesuaian produk yang mana produk yang diterima pembeli berbeda dari apa yang digambarkan di dalam ulasan. Masalah pada *affiliate marketing* seperti informasi yang menyesatkan yang mana beberapa pemasar *afiliasi*

mungkin menyebarkan informasi yang menyesatkan untuk mendapatkan komisi tanpa memikirkan dampak pada pembeli ataupun merek, dan juga kerusakan reputasi dari merek yang mana tindakan *affiliate* yang tidak bertanggung jawab dapat merusak reputasi dari merek yang mereka promosikan tersebut. Masalah pada live streaming seperti informasi yang tidak akurat dimana resiko penyebaran informasi produk yang salah satu menyesatkan selama sesi live streaming baik itu tentang kualitas maupun penawaran diskon, dan juga persaingan memuncak dimana persaingan yang keras sehingga dapat membuat penjual menggunakan metode promosi yang meragukan.

Mengapa penulis mengambil topik ini karena shopee merupakan salah satu aplikasi belanja online yang terkenal saat ini. *Online customer review*, *Affiliate marketing*, dan *live streaming* merupakan strategi dalam memasarkan produk berbasis digital pada saat ini.. Dengan memahami bagaimana pengaruh *online customer review*, *affiliate marketing*, dan *live streaming* tentunya dapat memberikan ide untuk meningkatkan strategi penjualan.

Berdasarkan fenomena diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut, maka penulis melakukan penelitian dengan topik **“Pengaruh *online customer review*, *Affiliate Marketing*, dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian konsumen pada aplikasi Shopee ?
2. Bagaimana pengaruh *Affiliate Marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen pada aplikasi Shopee ?
3. Bagaimana pengaruh Live Streaming terhadap keputusan pembelian konsumen pada aplikasi Shopee ?

4. Bagaimana pengaruh *Online Customer Review*, *Affiliate Marketing*, dan *Live Streaming* terhadap keputusan pembelian konsumen pada aplikasi Shopee ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee ?
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Affiliate Marketing* terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee ?
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Live Streaming* terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee ?
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Online Customer Review*, *Affiliate Marketing*, dan *Live Streaming*, terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee ?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penulis dapat mengetahui segala macam khususnya masalah pengaruh *online customer review*, *affiliate marketing*, dan *live streaming* terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna sebagai referensi mengenai pengaruh *online customer review*, *affiliate marketing*, dan *live streaming* terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah di dalam penelitian ini dibatasi pada pengguna aplikasi shopee. Batasan masalah ini dilakukan untuk menghindari kerancuan dalam penganalisaan dan pembahasan data. Peneliti akan meneliti pada konsumen yang pernah melakukan pembelian pada aplikasi shopee, dengan pembahasan yang dilakukan terfokus pada pengaruh *online customer review*, *affiliate marketing*, dan *live streaming* terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee.