

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan toko *online* di Indonesia semakin pesat dan inovatif, hal ini Mudahnya akses teknologi dan informasi menjadi dasar pengaruh pada berbagai aspek dan inovasi termasuk pada kegiatan jual beli pada masyarakat yang pada mulanya aktivitas jual beli akan terjadi jika penjual dan pembeli bertemu dan bersepakat, saat ini perkembangan teknologi dan informasi menjadi dasar perubahan pada aspek jual beli karena penjual dan pembeli tidak harus bertemu, dan kegiatan jual beli dapat melalui berbagai media yang tersedia di internet seperti media sosial dan berbagai toko *online*.

Perkembangan toko *online* di Indonesia semakin cepat dan banyak namun setiap toko *online* mengalami kesulitan untuk mendapat pelanggan yang loyal. Untuk mendapatkan konsumen toko *online* harus berusaha memikat calon konsumen dengan cara yang tepat agar tetap dapat menjalankan bisnisnya, beberapa cara tersebut adalah dengan memberikan pengaruh pada konsumennya, memberi kemudahan pada tahapan bertransaksi di toko *online* tersebut dan menggunakan sistem pihak ketiga dengan program *Affiliate marketing*. Menurut data iprice.co.id sebuah situs yang memiliki fokus sebagai pembanding harga dari berbagai toko *online* menyatakan bahwa Tokopedia, Shopee, dan Lazada menjadi urutan peringkat atas persaingan toko *online* di Indonesia, dari data tersebut dapat diketahui bahwa Tokopedia, Shopee, dan Lazada masih menjadi tiga toko *online* terfavorit di Indonesia berdasarkan pada jumlah kunjungan. Setiap toko *online* memiliki banyak kesamaan dalam metode promosi untuk memberi pengaruh pada konsumennya, dan setiap toko *online* memiliki strategi masing – masing dalam menjalankan promosi, meskipun memiliki kesamaan seperti memilih *influencer*, mengembangkan aplikasi dengan kemudahan dalam transaksi,

dan menggunakan program *Affiliate marketing*. Menurut Casaló et al., (2020) *influencer* adalah pengguna media sosial terkemuka yang mengumpulkan pengikut dengan membuat persona *online* yang otentik, penggunaan *influencer* dalam pemasaran bertujuan untuk memberi pengaruh terhadap pasar agar terbangun opini untuk menggunakan toko *online*. Menurut (Susilo et al., 2017) Kemudahan penggunaan adalah persepsi individu tentang kemudahan menggunakan teknologi informasi dimana dalam penggunaannya tidak membutuhkan usaha yang besar. Semakin mudah suatu aplikasi digunakan semakin besar peluang pasar memilih menggunakan toko *online*. Menurut (Aldhama, 2022) *affiliate marketing* adalah pemasaran yang dilakukan dengan menjual info produk yang akurat dan menarik konsumen untuk datang ke situs link internet yang sudah kita bagikan dengan kesepakatan pembagian hasil menggunakan pihak ketiga yang dapat memberi pengaruh pasar.

Toko *online* terus berkembang dan bertambah sehingga tingkat persaingan juga semakin ketat, setiap konsumen yang mendapat pengaruh dan pelayanan yang terbaik diharapkan dapat memilih toko *online* tersebut dan diharapkan memunculkan loyalitas terhadap toko *online* tersebut. Menurut (Gultom et al., 2020). Kepercayaan pelanggan dapat dipenuhi melalui kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan melanjutkan transaksi dengan perusahaan tersebut, Kepuasan pelanggan akan terpenuhi apabila mereka memperoleh apa yang mereka inginkan maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penjabaran pada masalah diatas dan mengacu pada tujuan yang dijabarkan, maka perlu adanya penelitian dengan maksud mengetahui pengaruh pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap keputusan konsumen untuk memilih toko *online*, ada berbagai macam cara untuk mengukur variabel yang paling berpengaruh pada keputusan pemilihan toko *online*, salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh tersebut adalah Regresi Linier Berganda.

Regresi linier berganda digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel respons dengan minimal dua variabel prediktor. Variabel respons merupakan variabel yang dipengaruhi, sedangkan variabel prediktor merupakan variabel yang mempengaruhi (Putri et al., 2021) Regresi Linier Berganda adalah suatu analisis yang digunakan secara bersama untuk meneliti dua variabel atau lebih pada variabel bebas terhadap suatu variabel, dari pertimbangan di atas maka akan dilakukan penelitian menggunakan metode Regresi Linier Berganda dengan judul “analisis pengaruh *influencer*, kemudahan transaksi, dan *Affiliate marketing* pada keputusan pemilihan toko *online*”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah berdasarkan latar belakang penelitian sebagai berikut :

- 1) Apakah *influencer*, kemudahan transaksi dan *Affiliate marketing* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pemilihan toko *online* ?
- 2) Bagaimana interpretasi dan saran dalam memanfaatkan variabel yang diteliti ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka tujuan penelitian adalah :

- 1) Untuk mengetahui secara parsial dan simultan pengaruh *influencer*, kemudahan transaksi dan *Affiliate marketing* terhadap keputusan pemilihan toko *online*
- 2) Untuk menemukan interpretasi dan saran dalam memanfaatkan variabel yang diteliti

1.4 Batasan Masalah

Adapun pembatasan masalah yang dipertimbangkan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Responden adalah pengguna toko *online* dan pernah melakukan order menggunakan salah satu toko *online* Lazada, Tokopedia, dan Shopee
- 2) Berusia minimal 17 tahun

1.5 Manfaat Penelitian

- 1) Bagi Penulis

Menjadi penelitian yang bertujuan dapat menambah ilmu dan wawasan baru

2) Bagi Akademik

Pada penelitian ini dapat menjadi referensi ilmu dan wawasan mengenai faktor – faktor yang menjadi pengaruh pada konsumen terhadap pemilihan toko *online*

3) Bagi Perusahaan

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memaksimalkan potensi dan strategi dalam pengaruh pada konsumen dan dapat menjadi masukan dan saran

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan penulis menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang memberikan gambaran umum mengenai penelitian

2. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisikan teori-teori dan penjelasan yang berkaitan dengan penulisan tugas akhir berdasarkan judul yang sudah tertulis.

3. **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini penulis memberikan gambaran mengenai yang akan dilakukan pada saat penelitian dilakukan

4. **BAB IV PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini penulis akan memaparkan gambaran umum, dan penyajian data yang didapatkan serta melakukan pengolahan data

5. **BAB V PEMBAHASAN DAN INTEPRETASI HASIL**

Pada bab ini penulis membahas analisis dari pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan. Serta melakukan pembahasan dan perbaikan yang di perlukan

6. **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini memberikan kesimpulan dari hasil analisis dan memberikan usulan bagi perusahaan untuk mengatasi masalah yang telah dibahas.