

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Seiring berjalannya waktu kemajuan teknologi semakin meningkat. Informasi dapat diakses dengan cepat tanpa adanya batasan waktu dan tempat. Hal tersebut harus dihadapi dengan kesiapan yang matang dari berbagai faktor produksi yang dimiliki perusahaan. Semua negara di dunia akan mengalami dampaknya, untuk itu perusahaan harus mempersiapkan sebaik mungkin agar tidak tergilas perkembangan arus globalisasi dunia. Pemasaran hendaknya dilakukan dengan baik di waktu yang tepat agar dapat mencapai target pasar yang telah ditetapkan perusahaan. Kemajuan teknologi tersebut dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Perilaku pembelian konsumen sangatlah unik karena preferensi dan sikap terhadap objek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen dapat berasal dari berbagai segmen. Sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen dapat berbeda-beda. Seperti dahulu perdagangan dilakukan di pasar dengan cara tatap muka. Saat ini perdagangan dapat dilakukan hanya dengan menggunakan berbagai aplikasi yang dikenal lebih efektif dan efisien. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk yang ditawarkan dipasaran.

Semakin banyak orang-orang yang menggunakan aplikasi untuk melakukan transaksi jual beli mengakibatkan banyak aplikasi berlomba-

lomba dalam mengembangkan strategi, kemampuan, dan kreativitasnya untuk meningkatkan minat konsumen. Dapat berupa mempercantik tampilan aplikasi, *connectivitas* yang baik antar aplikasi, serta sistem komunikasi dan pembayaran yang mudah. Hasil data pada Similarweb.com membuktikan bahwa banyak sekali aplikasi yang berlomba-lomba meningkatkan minat konsumen. Dari data dibawah ini Sociolla berhasil menduduki peringkat ke-2.

Tabel 1.1
Top Website di Indonesia kategori Beauty and Cosmetics

<i>Rank</i>	<i>Website</i>	Total Visit	<i>Global Ranking</i>
1	Sociolla.com	1.200.000	49.448
2	Beautyhaul.com	131.600	345.190
3	Soco.id	619.300	101.705
4	Sephora.co.id	225.700	225.700
5	Thebodyshop.co.id	139.800	139.800

Sumber : Similarweb.com

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa banyak aplikasi yang berlomba-lomba dalam meningkatkan minat beli. Dari segi total visit bisa disimpulkan bahwa Sociolla.com telah dikunjungi sebanyak 1.200.000 orang dan mendapatkan global ranking ke 49.448. Kedua, Beautyhaul.com telah dikunjungi sebanyak 131.600 orang dan mendapatkan global ranking ke 345.190. Ketiga, Soco.id telah dikunjungi sebanyak 619.300 orang dan mendapatkan global ranking ke 101.705. Keempat, Sephora.co.id telah dikunjungi sebanyak 225.700 dan mendapatkan global ranking ke 225.700. Kelima, Thebodyshop.co.id telah dikunjungi sebanyak 139.800 dan mendapatkan global ranking ke 139.800.

Tampilan web yang menarik dapat meningkatkan minat beli. Unsur-unsur penting dalam aplikasi yang dapat meningkatkan minat beli dapat berupa kemudahan akses yang mudah diakses untuk pemula, kemudahan transaksi seperti memberikan banyak pilihan metode pembayaran, dan informasi yang lengkap dapat berupa detail barang, harga, dan cara perawatan.

Harga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Upaya yang dapat dicantumkan dalam aplikasi untuk menarik konsumen adalah potongan harga, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas yang diberikan.

Selain tampilan dan harga, kepercayaan juga menjadi faktor penting dalam proses berbelanja *online*. Kepercayaan penting karena dalam proses berbelanja *online* pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung. Upaya yang dapat dilakukan penjual dalam meningkatkan kepercayaan konsumen adalah dengan menjual barang dari *official store*, memberikan testimoni dari pembeli yang telah mempunyai pengalaman berbelanja, dan memberikan garansi.

Sociolla merupakan *beauty e-commerce* yang menjual berbagai produk kecantikan, *make up*, perawatan kulit, kosmetik, parfum, dan *skincare*. Produk yang tersedia di Sociolla sudah bisa dipastikan produknya aman, resmi, dan sudah terdaftar sehingga konsumen dapat lebih mempercayai Sociolla sebagai *beauty e-commerce* pilihan mereka.

Sociolla sendiri berdiri pada bulan Maret 2015 dengan tujuan memberikan kenyamanan pada tiap wanita di Indonesia untuk berbelanja produk *make-up* dan kecantikan. Dengan memberikan fitur yang lengkap dan baik mereka berharap dapat mempermudah akses dan menemukan produk impian konsumen dengan mudah.

Saat ini Sociolla memiliki beberapa laman, yaitu sociolla yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan wanita, lilla yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan ibu dan anak, *beauty journal* yang digunakan untuk *sharing* tentang *beauty*, dan yang terakhir ada soco yang merupakan komunitas yang bertugas saling membagikan ilmu kecantikan antara satu anggota dengan yang lain dapat dilakukan dengan cara menulis artikel, membuat video, atau menuliskan *review*.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan jenis penelitian replikasi murni. Persamaan dengan jurnal sebelumnya pada jurnal Japarianto dan Adelia (2020) adalah alat analisis yang digunakan sama-sama menggunakan alat analisis SEM. Sedangkan perbedaan dengan jurnal sebelumnya adalah objek pada jurnal sebelumnya menggunakan aplikasi Shopee dan objek yang diteliti merupakan pengguna aplikasi Shopee (pernah membuka web/*download* dan membuka aplikasi Shopee) minimal 5x dalam tiga bulan terakhir. Namun belum pernah melakukan transaksi di Shopee sebanyak 100 orang. Selain itu untuk variabel harga dispesifikasikan ke dalam potongan harga yang didukung oleh penelitian Jackson, Tawas, dan Arie

(2020), Yusuf, Maulida, dan, Al Munawar (2018), Ramadanti, Arifin, dan, Hidayat (2021), Deza dan Lubis (2022), serta pada penelitian Ho *et al.*, (2015). Kemudian peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Tampilan web dan Potongan Harga terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Intervening Variabel pada Aplikasi Sociolla.”**

B. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini peneliti akan merumuskan rumusan masalah berupa:

1. Apakah tampilan web berpengaruh terhadap kepercayaan di aplikasi Sociolla?
2. Apakah potongan harga berpengaruh terhadap kepercayaan di aplikasi Sociolla?
3. Apakah tampilan web berpengaruh terhadap minat beli di aplikasi Sociolla?
4. Apakah potongan harga berpengaruh terhadap minat beli di aplikasi Sociolla?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli di aplikasi Sociolla?
6. Apakah tampilan web berpengaruh terhadap minat beli melalui kepercayaan sebagai variabel *intervening* di aplikasi Sociolla?
7. Apakah potongan harga berpengaruh terhadap minat beli melalui kepercayaan sebagai variabel *intervening* di aplikasi Sociolla?

C. Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti akan merumuskan tujuan penelitian berupa:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh tampilan web terhadap kepercayaan di aplikasi Sociolla.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh potongan harga terhadap kepercayaan di aplikasi Sociolla.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh tampilan web terhadap minat beli di aplikasi Sociolla.
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh potongan harga terhadap minat beli di aplikasi Sociolla.
5. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kepercayaan terhadap minat beli di aplikasi Sociolla.
6. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh tampilan web terhadap minat beli melalui kepercayaan sebagai variabel *intervening* di aplikasi Sociolla.
7. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh potongan harga terhadap minat beli melalui kepercayaan sebagai variabel *intervening* di aplikasi Sociolla.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran sebagai

informasi baru, wawasan baru, dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat memberikan gambaran tentang pengaruh tampilan web dan potongan harga terhadap minat beli dengan kepercayaan sebagai *intervening* pada aplikasi Sociolla.
- b. Dapat menjadi referensi dan masukan bagi perusahaan dalam melakukan evaluasi strategi *marketing* yang berkaitan dengan tampilan web, potongan harga, kepercayaan, dan minat beli.
- c. Dapat memberikan informasi mengenai aplikasi Sociolla kepada masyarakat luas.