

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi yang berkembang dengan pesat sehingga sebagian besar orang di dunia sekarang sudah menggunakan teknologi untuk mempermudah pekerjaan mereka, baik yang secara langsung maupun tidak langsung. Tidak terkecuali penduduk Indonesia, Indonesia merupakan negara pengguna internet di dunia. Penggunaan internet yang sangat meluas merupakan hasil dari berkembangnya teknologi yang semakin canggih zaman modern ini, perkembangan dunia teknologi sangatlah pesat dan semakin modern. Pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, penduduk Indonesia sangat ketergantungan sebagai pengguna internet, bahkan untuk melakukan kegiatan sehari-hari pun menggunakan akses internet, dengan begitu internet sangat penting bagi masyarakat Indonesia.

Berdasarkan peningkatan penggunaan internet tersebut maka banyak bermunculan media elektronik yang memanfaatkan untuk peluang bisnis, seperti dalam hal penjualan barang secara online, yang dikenal dengan *E-commerce* yang meliputi proses pelayanan, pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, serta pembayaran. Praktik *e-commerce* ternyata mempunyai banyak keuntungan baik bagi perusahaan ataupun konsumen.

Di Indonesia memiliki banyak media belanja online salah satunya ialah situs jual beli LAZADA yang bergerak dalam sebagai penyedia barang seperti barang elektronik, buku, produk kebutuhan sehari-hari, produk kecantikan, *fashion*, dan masih banyak lagi. LAZADA Indonesia didirikan pada tahun 2012 dan merupakan salah satu cabang dari jaringan retail online LAZADA di Asia Tenggara seperti di Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, serta Vietnam. Berikut adalah peringkat LAZADA dalam E-Commerce di Indonesia.

Belanja online atau disebut juga *e-commerce* ini memiliki beberapa keunggulan yang dirasakan bagi penggunanya seperti tidak perlu keluar rumah ataupun pergi ketempat belanja untuk melakukan pembelian, yang di butuhkan hanyalah memesan barang, kemudian barang tersebut akan diantarkan kerumah. Keuntungan yang dirasakan selanjutnya adalah hemat waktu dalam membeli dan hemat bahan bakar untuk berputar-putar dalam hal belanja, konsumen juga dapat mengontrol harga atau membandingkan harga dari beberapa tempat *online shop*. Keuntungan lainnya *online shop* atau *e-commerce* selalu buka dalam waktu 24 jam, hal inilah yang menguntungkan kita dalam menentukan waktu kapan kita akan belakukan aktivitas *online shop*. Disamping banyak keunggulan yang kita dapat rasakan ada beberapa ketidaknyamanan yang kita rasakan atau kelemahan dari *online shop* seperti adanya jeda waktu antara pembayaran dan pengiriman produk. Kedua kita tidak dapat mencoba barang yang kita pesan sebelum membelinya. Ketiga, kita tidak dapat memeriksa barang yang kita pesan sebelumnya, apakah terdapat kerusakan atau tidak

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1 Shopee	93.440.300	#1	#1	320.800	4.851.200	17.841.400	5.100
2 Tokopedia	86.103.300	#2	#3	445.100	1.780.500	6.377.800	4.100
3 Bukalapak	35.288.100	#4	#4	188.600	1.060.900	2.482.800	2.400
4 Lazada	22.021.800	#3	#2	391.800	2.014.000	29.880.700	3.100
5 Blibli	18.307.500	#6	#6	501.600	1.255.600	8.591.600	1.800
6 JD.ID	9.301.000	#8	#7	30.900	476.300	763.200	1.000

Sumber: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

Gambar: 1.1 Situs *E-Commerce* yang paling banyak digunakan tahun 2020

Berdasarkan data diatas dapat dilihat tingkatan situs E-Commerce yang paling banyak digunakan atau dikunjungi dalam sebulan ialah

peringkat pertama Shoope, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli, dan JD ID. Dengan begitu dapat dilihat bahwa Lazada sendiri dalam peringkat ke-4. Hal ini membuktikan bahwa Lazada memiliki persaingan yang sulit di Indonesia, sehingga perlu nya di lakukan penelitian ini untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli, agar dapat meningkatkan minat beli konsumen pada Lazada.

Oleh karena itu peneliti dalam penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor apa sayayang mempegaruhi minat beli konsumen. dalam penelitian ini metode Analisis digunakan dalam penelitian kali ini menggunakan model analisis *Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS)*. adalah jenis analisis statistik yang kegunaannya mirip dengan SEM di dalam analisis covariance. Oleh karena kerangka yang digunakan adalah berbasis regresi linear. merupakan suatu teknik statistik multivariat yang bisa untuk menangani banyak variabel respon serta variabel eksplanatori sekaligus. didasarkan pada banyak asumsi atau syarat, seperti uji normalitas, data tidaklah harus berdistribusi normal multivariate. Bahkan indikator dengan skala data kategori, ordinal, interval sampai rasio dapat digunakan. Peneiti menggunakan aplikasi Smart-PLS 3. Dimana penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli Mahasiswa Universitas Bina Darma sebagai konsumen dalam melakukan pembelian online di LAZADA. Untuk itu perlu melakukan identifikasi pengaruh terhadap faktor-faktor tersebut sehingga dapat diketahui faktor-faktor yang perlu ditingkatkan dalam mempertahankan dan meningkatkan minat beli konsumen yang pada penelitian ini mahasiswa Universitas Bina Darma. Dengan melakukan penelitian **“Analisis faktor - faktor yang mempengaruhi minat beli Mahasiswa Universitas Bina Darma pada situs jual beli online LAZADA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas di identifikasi masalah bahwa masih banyak pelanggan yang tidak mengetahui faktor-faktor yang

dapat digunakan untuk melakukan pembelian agar dapat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pembeli, baik dari segi pelayanan maupun yang lainnya.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang ada pada penelitian ini adalah bagaimana cara menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli Mahasiswa Universitas Bina Darma pada situs jual beli online lazada.

1.4 Batasan Masalah

Agar permasalahan pada penelitian ini lebih terarah dan terperinci sesuai dengan tujuan penelitian, maka dalam penelitian ini peneliti membatasi lingkup permasalahan meliputi :

1. Studi kasus dibatasi hanya pada situs jual beli online LAZADA.
2. Metode yang digunakan adalah metode SEM (Structural Equation Modeling). Penelitian hanya terbatas faktor-faktor minat beli, promosi, citra merek, dan kualitas pelayanan.
3. Responden dalam penelitian ini hanya Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Darma yang pernah menggunakan layanan LAZADA.

1.5 Tujuan dan Manfaat penelitian

1.5.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli Mahasiswa Universitas Bina Darma pada layanan jual beli *online* LAZADA.

1.5.2. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi *online shoop* LAZADA
penelitian ini diharapkan akan dapat dijadikan sebagai pengetahuan dan acuan untuk para produsen dan *online shoop* LAZADA untuk dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang

mempengaruhi minat beli, dan kedepannya dapat digunakan untuk mengembangkan inovasi guna meningkatkan penjualan dan keuntungan bagi *online shoop* Itu sendiri.

2. Bagi konsumen

Hasil penelitian diharapkan bahwa konsumen dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang diketahui dan di pertimbangkan sebelum melakukan pembelian di *online shoop*,

3. Bagi peneliti

Manfaat bagi peneliti bahwa dapat menambah wawasan, dan pengetahuan serta dapat menerapkan teori-teori yang didapat saat kuliah dengan kondisi nyata.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan pada bulan September 2019 sampai dengan April 2020, yang dilakukan pada *website* Lazda dengan link www.lazada.co.id dan pembagian kuisioner pada Mahasiswa Universitas Bina Darma.

1.6.2. Alat dan Bahan

Adapun alat dan bahan yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini sebagai berikut :

1. Perangkat keras (*Hardware*) :
 - a. Laptop Acer Aspire E1-422
 - b. RAM 2 GB
 - c. Hardisk 500 GB
2. Perangkat lunak (*Software*) :
 - a. Windows 7 sebagai *Operating System*
 - b. *Excel* 2010
 - c. *Smart-PLS*
 - d. *SPSS*

1.6.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian kali ini sebagai berikut:

2. Wawancara

Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2017) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah repondennya sedikit/kecil.

3. Kuisisioner

Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2017) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner akan diberikan kepada para pengguna Laporan di Kota Palembang.

4. Studi pustaka

Metode untuk mendapatkan informasi yang secara teoritis dengan menggunakan pengumpulan data melalui membaca dan mempelajari buku-buku, dokumen tertulis, foto, maupun elektronik, dan jurnal yang berhubungan dengan masalah dan penelitian yang dibahas.

5. Pengamatan

Metode pengumpulan data dengan mengadakan tinjauan secara langsung objek yang diteliti yakni aplikasi LAZADA, dan pengamatan terhadap perilaku mahasiswa terhadap belanja online.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan terdapat gambaran garis besar yang jelas hubungan antara bab yang satu dengan bab yang lainnya. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjelaskan tentang gambaran umum dari Lazada, uraian teori – teori yang digunakan dalam peneliti sebagai acuan dasar untuk menganalisis data dan pendukung dalam analisis masalah.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan melakukan urain tentang dari tehnik pengambilan sample dan populasi, perancangan kuisisioner, tehnik pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan pada pengolahan data responden pada penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV akan menelaskan hasil pengumpulan data, pengolahan dari aplikasi SPSS dan SEM-PLS dengan Smart-PLS 3 selanjutnya dilanjutkan pembahasan mengenai hasil pengolahan data tersebut.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

pada bab sempulan dan saran, berisi tentang simpulan yang dapat diambil dari keseluruhan langkah penelitian yang sudah dilakukan dan memberikan saran yang mungkin berguna bagi konsumen dan *online shop* lazada itu sendiri.