

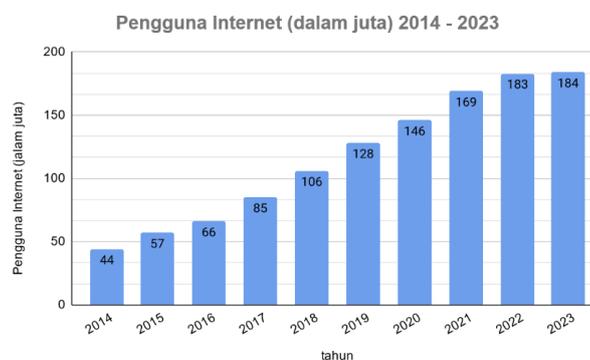
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi dan informasi yang ada di dunia khususnya pada era globalisasi saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat serta signifikan di seluruh negara yang ada di dunia, salah satunya adalah Indonesia, teknologi informasi ini banyak orang menggunakan secara luas untuk mendukung aktivitas sehari-hari mereka, termasuk usaha bisnis, banyak sekali digunakan oleh pihak ataupun kelompok untuk menunjang setiap aktivitas termasuk usaha bisnis, untuk mendukung aktivitas sehari-hari mereka (Agustina et al., 2019:4).

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada bidang sektor perbelanjaan *online* (*online shop*), sangat pesat. Banyaknya toko *online* baru yang dibuka setiap hari di Indonesia menjadi bukti kebangkitan industri ini, salah satu toko tersebut adalah Toko XYZ, pada sebuah *mall online* dengan gaya bisnis marketplace (Kamilullah et al., 2018:2662).



Gambar 1. 1 Grafik pengguna internet di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2022)

Pembelian dan penjualan produk atau layanan kini dapat dilakukan secara *online* melalui E-commerce (Devi & Indiani, 2023:54). Seiring dengan kemajuan zaman, konsumen tidak lagi perlu mengunjungi toko fisik untuk melakukan pembelian produk. Pada beberapa kota besar seperti Bandung, preferensi konsumen untuk jual beli *online* terus meningkat seiring dengan meningkatnya kemudahan belanja melalui internet (Soegoto, 2021:51). Berbagai kebutuhan konsumen sangat bisa dibantu oleh adanya jual beli online, bahkan penjual dan petani pun sangat membutuhkan platform jual beli yang mampu menaikkan potensi jual beli online mereka (Wahdiniwati & Esertha, 2019:5). Oleh karena itu, dengan adanya layanan E-commerce, seperti platform media sosial, konsumen dapat dengan mudah mengakses dan melakukan pembelian produk (Tarida et al., 2023:90). Tokopedia menjadi salah satu aplikasi E-commerce atau platform perdagangan elektronik yang dominan digunakan untuk melakukan transaksi jual beli melalui internet (Rahayu, 2021:41).

Tokopedia, yang merupakan salah satu e-commerce terbesar di Indonesia, hadir di tengah masyarakat sebagai situs jual beli *online* terbesar saat ini. Platform ini bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam menjalankan kegiatan transaksi jual beli dan kegiatan bisnis lainnya dengan menggunakan media internet sebagai sarana pendukung untuk berbagai aktivitas bisnis (Agustina et al., 2019:4).



Gambar 1. 2 Grafik pengunjung marketplace Indonesia
(Badan Pusat Statistik, 2023)

Walaupun Tokopedia ada pada peringkat kedua kunjungan marketplace, namun pengguna *upper class* serta konsumen peralatan olahraga dan rumah tangga Tokopedia lebih besar dari Shopee, dengan perbandingan *upper class* tokopedia ialah 46% sedangkan Shopee hanya 37% (Septiani, 2023:1) dan konsumen alat olahraga Tokopedia ialah 26% dibanding Shopee yaitu 22 % (Setowati, 2023:1).

Sebuah kemudahan ketika kita ingin membuka usaha tersebut pada situs jual beli Tokopedia ini yang sangat mudah untuk dilakukan dengan berbagai tahapan yang ada dan cara pemasaran yang baik untuk dapat dilihat, dikunjungi, serta diminati oleh calon pembeli tentang produk apa saja yang ditawarkan. Selain itu, Tokopedia tidak hanya dapat dikunjungi melalui *website* saja, tetapi sudah bisa diakses dengan mengunduhnya pada layanan *Play Store* ataupun *App Store*. Begitu juga dalam hal kemudahan proses transaksi, Tokopedia sudah bekerja sama dengan bank – bank terkemuka di Indonesia dalam hal menjaga keamanan demi menekan angka kecurangan ataupun penipuan yang tidak diharapkan oleh pihak manapun yang terlibat dalam transaksi secara *online* tersebut. Selain itu, sekarang

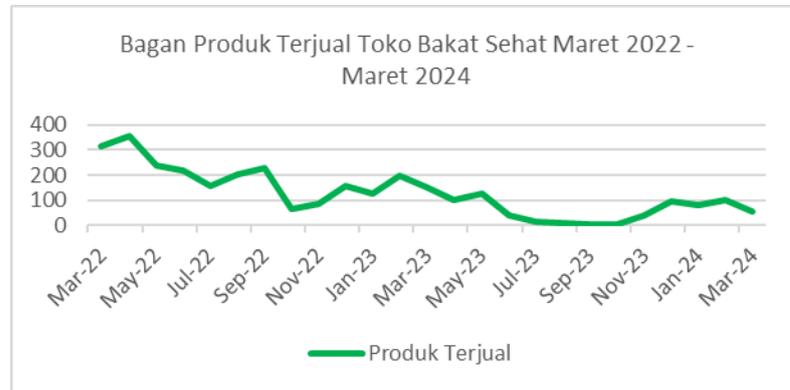
Tokopedia sudah memiliki kemampuan untuk mengakomodir kebutuhan promosi toko dalam bentuk *e-media*. Yang mana *e-media* ini dapat mencakup berbagai aspek mulai dari promosi, data produk, serta integrasi *blog* dan sosial media toko (Soegoto et al., 2015:93).

Tokopedia adalah perusahaan teknologi yang didirikan di Indonesia pada tahun 2009 oleh William Tanujawijaya dan Leontinus Alpha Edison. Perusahaan ini telah mengalami transformasi menjadi *unicorn* yang memiliki dampak signifikan tidak hanya di Indonesia tetapi juga di wilayah Asia Tenggara. Tokopedia secara resmi diperkenalkan ke publik pada tanggal 17 Agustus 2009 dan beroperasi di bawah naungan PT Tokopedia sejak tanggal 6 Februari 2009. PT. Tokopedia, sebagai perusahaan internet di Indonesia, telah mengalami pertumbuhan yang sangat cepat sejak diluncurkan (Lailiya, 2020:114).

Keberadaan marketplace *online* ini menghadirkan berbagai tantangan bagi penjual untuk dapat menarik minat pembeli dan bagaimana penjual mampu meningkatkan Keputusan pembeli untuk melakukan transaksi di toko *online* mereka. Oleh karena itu, kepercayaan, kualitas informasi, dan kualitas produk dalam konteks toko *online* menjadi krusial. Konsumen saat ini cenderung lebih selektif dan cerdas dalam membuat keputusan pembelian mereka. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di toko *online*, khususnya di Tokopedia.

Toko *online* Bakat Sehat Official yang berfokus pada produk olahraga dan kesehatan menghadapi masalah penurunan omset yang signifikan. Penurunan ini

diduga kuat disebabkan oleh beberapa permasalahan krusial yang terjadi di dalam operasional toko *online* tersebut.



Gambar 1.3 Grafik penurunan omset toko Bakat Sehat Official pada Maret 2022 – Maret 2024

Berdasarkan data penjualan pada toko Bakat Sehat Official, disinyalir bahwa adanya penurunan pada keputusan pembelian oleh konsumen Toko Bakat Sehat Official di Tokopedia. Keputusan pembelian mencerminkan hasil dari pertimbangan dan pemikiran konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginan mereka (Marpaung et al., 2021:51). Keputusan pembelian konsumen memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap keseluruhan kinerja Toko Bakat Sehat. Konsumen cenderung mempertimbangkan berbagai aspek sebelum membuat keputusan pembelian, seperti reputasi toko, kualitas informasi, kualitas produk, ketersediaan, dan pengalaman pengguna. Oleh karena itu, untuk menjadi kompetitif di pasar yang semakin kompetitif, toko *online* harus memahami dan mengelola faktor-faktor ini dengan cermat.

Permasalahan yang sering terjadi dalam pengambilan keputusan yaitu terdapat ketidakpastian yang berkembang di antara konsumen terkait kepercayaan terhadap toko *online* Bakat Sehat Official di Tokopedia. Faktor-faktor seperti

keamanan transaksi, keandalan pengemasan paket, dan integritas penjual mungkin menjadi perhatian konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Untuk menemukan akar permasalahan pada penurunan kinerja penjualan di toko Bakat Sehat Official, maka penulis melakukan survei kepada 30 konsumen untuk menemukan aspek kinerja toko berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen untuk berbelanja di toko Bakat Sehat Official. Dari survei yang berisikan pertanyaan-pertanyaan seputar kinerja toko Bakat Sehat Official, ditemukan bahwa terdapat beberapa kekurangan pada kinerja toko seperti dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 1. 1 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian

No	Butir pernyataan	Skor Jawaban Responden					Persentase	
		5	4	3	2	1		
1	Toko Bakat Sehat Official menawarkan produk sesuai kebutuhan anda	F	0	0	9	18	3	44%
2	Toko Bakat Sehat Official menawarkan produk yang bermanfaat	F	0	0	18	8	4	49%
3	Toko Bakat Sehat Official menawarkan produk yang sesuai antara harga dan kualitas	F	0	1	12	16	1	49%
4	Keinginan untuk membeli lagi di Toko Bakat Sehat Official	F	0	0	18	12	0	52%
	Skor Aktual		291					
	Skor Ideal		30 responden x 5 = 150 x 4 pertanyaan = 600					
	Jumlah Skor (% skor aktual/skor ideal)		49%					
	Kriteria		Kurang					

Berdasarkan data pra-survei terhadap keputusan pembelian pada toko Bakat Sehat Official, dapat terlihat bahwa konsumen merasa bahwa produk yang

dibeli tidak sepenuhnya memenuhi kebutuhan mereka, dengan beberapa fitur atau aspek yang kurang sesuai dengan harapan atau kebutuhan spesifik mereka seperti kesesuaian dengan kebutuhan bernilai kurang hanya 44%. Dari segi manfaat, konsumen juga menilai produk tidak memberikan manfaat yang signifikan atau sesuai dengan fungsinya, sehingga penggunaannya terasa kurang optimal dalam kegiatan sehari-hari menunjukkan bahwa manfaat produk bernilai kurang yaitu 49%.

Konsumen juga menilai bahwa kualitas produk tidak sebanding dengan harga yang ditawarkan, sehingga mereka merasa produk tersebut *overprice* atau tidak memberikan nilai yang sepadan dengan harganya yang mempengaruhi respon kurang konsumen terhadap kesesuaian harga dan kualitas yang bernilai kurangnya yaitu 49%. Meskipun begitu, keinginan untuk melakukan pembelian ulang masih ada, meskipun dengan tingkat yang cukup, mungkin karena pertimbangan harga, kebutuhan mendesak, atau ekspektasi perbaikan di masa mendatang, terlihat keinginan pembelian ulang bernilai cukup di persentase 52%.

Keputusan pembelian di toko online yang rendah sering kali dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan konsumen yang kurang. Kepercayaan ini menjadi faktor penting karena konsumen tidak dapat melihat produk secara langsung dan harus bergantung pada informasi yang disediakan oleh penjual. Jika konsumen merasa ragu terhadap kredibilitas toko, keamanan transaksi, atau kualitas produk yang ditawarkan, mereka cenderung menunda atau bahkan membatalkan keputusan pembelian. Oleh karena itu, membangun kepercayaan melalui reputasi yang baik,

testimoni positif, serta jaminan transaksi yang aman sangat krusial dalam meningkatkan keputusan pembelian di platform online.

Untuk menemukan akar permasalahan pada penurunan kepercayaan konsumen di toko Bakat Sehat Official, maka penulis melakukan survei kepada 30 konsumen untuk menemukan aspek kinerja toko berhubungan dengan kepercayaan konsumen untuk berbelanja di toko Bakat Sehat Official. Dari survei yang berisikan pertanyaan-pertanyaan seputar kinerja toko Bakat Sehat Official, ditemukan bahwa terdapat beberapa kekurangan pada kinerja toko seperti dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 1. 2 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan terhadap toko

No	Butir pernyataan		Skor Jawaban Responden					Persentase
			5	4	3	2	1	
1	Toko Bakat Sehat Official memberi pelayanan terbaik	F	0	6	16	8	0	51%
2	Toko Bakat Sehat Official menawarkan produk yang bermanfaat	F	0	3	11	12	0	50%
3	Toko Bakat Sehat Official melindungi kepentingan konsumen	F	0	3	10	17	0	50%
	Skor Aktual		245					
	Skor Ideal		30 responden x 5 = 150 x 3 pertanyaan = 450					
	Jumlah Skor (% skor aktual/skor ideal)		51%					
	Kriteria		Kurang					

Dari data pra-survei terhadap kepercayaan konsumen, terlihat bahwa Konsumen merasa sangat tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh toko. Pelayanan dianggap belum responsif, dan kurang profesional, baik dalam

menanggapi pertanyaan, menyelesaikan masalah, maupun dalam memberikan bantuan yang dibutuhkan konsumen selama proses pembelian sehingga pelayanan toko bernilai kurang yaitu 51%. Selain itu, konsumen juga menilai bahwa produk yang tersedia di toko ini kurang bermanfaat atau tidak memenuhi kebutuhan mereka dan hanya bernilai 50%. Stok produk sering kali tidak lengkap, dan pilihan produk yang ada dinilai kurang relevan atau tidak memadai sehingga ketersediaan produk bermanfaat bernilai kurang bernilai 50%. Dari segi perlindungan transaksi, konsumen merasa keamanan dalam bertransaksi kurang terjamin, baik dari sisi perlindungan data pribadi maupun jaminan atas kualitas produk. Hal ini membuat konsumen merasa ragu dan kurang percaya dalam melakukan transaksi di toko ini (perlindungan transaksi bernilai kurang). Secara keseluruhan, pengalaman konsumen dalam berbelanja di toko ini sangat mengecewakan, dengan banyak aspek yang memerlukan perbaikan serius.

Keputusan pembelian di toko online yang rendah sering kali dipengaruhi oleh kualitas informasi yang kurang memadai. Konsumen sangat bergantung pada deskripsi produk, gambar, ulasan, dan informasi lainnya untuk membuat keputusan karena mereka tidak dapat melihat atau menyentuh produk secara langsung. Jika informasi yang disediakan tidak lengkap, tidak akurat, atau tidak jelas, konsumen mungkin merasa ragu untuk melanjutkan pembelian. Gambar produk yang buram atau tidak sesuai, deskripsi yang ambigu, serta kurangnya detail penting seperti ukuran, bahan, atau fungsi produk dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap toko tersebut. Selain itu, jika informasi terkait kebijakan pengiriman, pengembalian, atau garansi tidak disampaikan dengan baik,

hal ini bisa menambah keraguan konsumen, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap rendahnya keputusan pembelian.

Untuk menemukan akar permasalahan pada penurunan keputusan pembelian konsumen di toko Bakat Sehat Official, maka penulis melakukan survei kepada 30 konsumen untuk menemukan aspek kinerja toko berhubungan dengan kualitas informasi menurut konsumen untuk terhadap toko Bakat Sehat Official. Dari survei yang berisikan pertanyaan-pertanyaan seputar kinerja toko Bakat Sehat Official, ditemukan bahwa terdapat beberapa kekurangan pada kinerja kualitas informasi toko seperti dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 1. 3 Tanggapan Responden Terhadap kualitas informasi toko

No	Butir pernyataan		Skor Jawaban Responden					Persentase
			5	4	3	2	1	
1	Toko Bakat Sehat Official memberi informasi produk yang akurat	F	0	3	16	10	1	54%
2	Toko Bakat Sehat Official menawarkan produk yang bermanfaat	F	0	0	13	17	0	49%
3	Toko Bakat Sehat Official memberi informasi produk dengan cepat	F	0	0	14	14	2	48%
	Skor Aktual		226					
	Skor Ideal		30 responden x 5 = 150 x 3 pertanyaan = 450					
	Jumlah Skor (% skor aktual/skor ideal)		50%					
	Kriteria		Kurang					

Data tabel diatas menunjukkan bahwa konsumen menilai bahwa informasi yang diberikan oleh toko cukup akurat dan sesuai dengan produk yang ditawarkan dan aspek ini bernilai 54%. Namun, meskipun informasinya benar, konsumen

merasa bahwa penyampaian informasi tidak dilakukan dengan cepat. Waktu tanggap yang lambat dalam menjawab pertanyaan atau memberikan detail produk membuat pengalaman belanja menjadi kurang efisien sehingga kecepatan informasi bernilai kurang dengan nilai 49%. Selain itu, konsumen juga merasa bahwa informasi yang diberikan sering kali tidak relevan dengan kebutuhan mereka, di mana penjelasan yang disampaikan kurang fokus atau tidak langsung menjawab pertanyaan yang diajukan sehingga relevansi informasi bernilai kurang yaitu 48%. Secara keseluruhan, konsumen menganggap toko bisa memperbaiki pelayanan agar lebih responsif dan tepat sasaran dalam memberikan informasi agar pengalaman belanja lebih memuaskan.

Keputusan pembelian di toko online yang rendah sangat dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan. Konsumen biasanya mengandalkan ulasan, deskripsi, dan gambar produk sebagai panduan utama dalam menilai kualitas produk, karena mereka tidak bisa memeriksa langsung. Jika produk yang diterima tidak sesuai dengan harapan atau kualitasnya rendah, konsumen cenderung merasa kecewa dan enggan melakukan pembelian ulang. Ulasan negatif dari pelanggan sebelumnya terkait kualitas produk juga berperan besar dalam mengurangi kepercayaan calon pembeli. Ketika produk yang ditawarkan tidak memenuhi standar yang diinginkan atau dianggap tidak sepadan dengan harga, konsumen cenderung menunda atau membatalkan pembelian, yang pada akhirnya menurunkan tingkat keputusan pembelian di toko online tersebut.

Untuk menemukan akar permasalahan pada penurunan keputusan pembelian konsumen di toko Bakat Sehat Official, maka penulis melakukan

survei kepada 30 konsumen untuk menemukan aspek kinerja toko berhubungan dengan kualitas produk menurut konsumen terhadap toko Bakat Sehat Official. Dari survei yang berisikan pertanyaan-pertanyaan seputar kinerja toko Bakat Sehat Official, ditemukan bahwa terdapat beberapa kekurangan pada kinerja kualitas informasi toko seperti dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 1. 4 Tanggapan Responden Terhadap kualitas produk toko

No	Butir pernyataan	Skor Jawaban Responden					Persentase	
		5	4	3	2	1		
1	Toko Bakat Sehat Official memberi beragam varian produk	F	0	0	12	15	3	46%
2	Toko Bakat Sehat Official menawarkan produk yang bermanfaat	F	0	2	9	16	3	47%
3	Toko Bakat Sehat Official memberi produk dengan fungsi sesuai kebutuhan	F	0	3	7	17	3	47%
4	Toko Bakat Sehat Official memberi produk yang mudah digunakan	F	0	0	14	15	1	49%
	Skor Aktual	282						
	Skor Ideal	30 responden x 5 = 150 x 4 pertanyaan = 600						
	Jumlah Skor (% skor aktual/skor ideal)	47%						
	Kriteria	Kurang						

Berdasarkan data pra-survei tentang kualitas produk, ditemukan bahwa konsumen merasa kecewa dengan keragaman varian produk yang tersedia di toko. Pilihan produk dianggap sangat terbatas dan tidak memenuhi berbagai kebutuhan atau preferensi yang diharapkan, sehingga konsumen merasa sulit menemukan produk yang sesuai sehingga keragaman varian produk bernilai kurang hanya 46%. Selain itu, fungsi produk dinilai tidak sesuai dengan ekspektasi atau klaim

yang diberikan, di mana beberapa produk tidak bekerja atau tidak berfungsi dengan baik sesuai deskripsi kesesuaian fungsi bernilai kurang hanya 47%. Konsumen juga merasa kesulitan memahami cara kerja atau fungsi produk karena informasi yang disediakan kurang jelas dan instruksi yang diberikan tidak cukup membantu sehingga nilai kemudahan pemahaman fungsi bernilai kurang hanya 47%. Penggunaan produk juga dinilai tidak praktis atau intuitif, dengan beberapa fitur yang rumit atau tidak *user-friendly*, sehingga membuat pengalaman menggunakan produk menjadi kurang nyaman sehingga kemudahan penggunaan bernilai kurang hanya 49%. Secara keseluruhan, konsumen merasa bahwa produk dan layanan yang ditawarkan membutuhkan perbaikan di berbagai aspek agar lebih sesuai dengan harapan mereka.

Dari seluruh data pra-survei yang dijelaskan sebelumnya, nilai-nilai dari keputusan pembelian, kepercayaan, kualitas informasi dan kualitas produk menurut konsumen Baka Sehat Official dapat dirangkum ke dalam tabel berikut:

Tabel 1. 5 Hasil total survei awal kinerja Bakat Sehat Official

No	Variabel	Nilai	Tingkat
1	Keputusan Pembelian	49%	Kurang
2	Kepercayaan	51%	Kurang
3	Kualitas Informasi	50%	Kurang
4	Kualitas Produk	47%	Kurang

. Klasifikasi tingkat persentase dari sangat baik hingga sangat kurang diambil dari skala penilaian yang menyatakan bahwa nilai dibawah 52% termasuk klasifikasi kurang, sedangkan dibawah 36% ialah terhitung sebagai sangat kurang menurut Sudijono (2008:43). Berikut adalah sumber klasifikasi skala penilaian tabel diatas secara lengkap:

Tabel 1. 6 Klasifikasi skala penilaian (Sudijono, 2008:43)

Tingkat Persentase	Kriteria
20.00 - 36.00	Sangat Kurang
36.01 - 52.00	Kurang
52.01 - 68.00	Cukup
68.01 - 84.00	Baik
84.01 - 100	Sangat Baik

Berdasarkan hasil survei awal terhadap 30 konsumen Toko Bakat Sehat Official, Tingkat keputusan pembelian dari konsumen masih terbilang rendah yaitu sekitar 50% dari keseluruhan konsumen. Konsumen menyatakan adanya ketidakpuasan pada transaksi di toko Bakat Sehat Official, juga rendahnya tingkat keinginan mereka untuk melakukan pembelian berulang pada toko. Ketika tingkat keputusan pembelian rendah, toko *online* akan mengalami dampak yang signifikan pada kinerja dan pertumbuhan bisnis mereka.

Selain dampak finansial, rendahnya tingkat keputusan pembelian juga dapat mengindikasikan adanya masalah yang lebih dalam, seperti kurangnya kepercayaan konsumen terhadap toko atau produk yang ditawarkan, kurangnya informasi yang memadai tentang produk, atau kurangnya pilihan produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk menganalisis penyebab rendahnya tingkat keputusan pembelian dan mengimplementasikan strategi yang sesuai untuk meningkatkan interaksi dan konversi konsumen di toko *online*.

Pertama, adanya kekhawatiran terkait kepercayaan konsumen terhadap toko Bakat Sehat Official. Kepercayaan adalah keteguhan hati seseorang untuk menerima keputusan pihak lain secara sukarela, meskipun tanpa ada perlindungan atau jaminan terkait dengan keputusan tersebut (Zharfaningrum et al., 2020:169).

Dengan data pada tabel 1.5 yang menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen masih rendah yaitu 50 persen dibawah ambang batas kinerja yang cukup, disini konsumen mungkin merasa ragu atau tidak yakin terkait keamanan transaksi mereka saat berbelanja di Bakat Sehat Official.

Berdasarkan survei awal penelitian, Kepercayaan yang rendah dari konsumen pada kemampuan toko untuk memberi keamanan belanja serta keakuratan dan kecepatan informasi terhadap konsumen. toko Bakat Sehat Official yang terbilang toko yang masih baru ini menghasilkan keraguan yang dapat menyebabkan konsumen menunda keputusan pembelian atau bahkan mencari alternatif dari toko *online* lain yang lebih dipercaya. Selain itu, ada pula faktor loyalitas konsumen di toko Bakat Sehat Official, karena konsumen masih merasa kurang percaya terhadap toko maka kemungkinan mereka tidak akan kembali untuk melakukan pembelian di masa mendatang. Oleh karena itu, membangun kepercayaan yang kuat sangatlah penting untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen di lingkungan daring.

Kedua, kualitas informasi yang disajikan oleh toko Bakat Sehat Official juga menjadi pertimbangan penting, karena konsumen membutuhkan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk sebelum membuat keputusan pembelian. Terlihat pada tabel 1.5, konsumen masih menganggap bahwa toko ini memiliki tingkat kualitas informasi yang rendah, rendahnya kualitas informasi yang disajikan oleh sebuah toko *online* mengenai produk yang ditawarkan dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Informasi yang tidak memadai atau tidak lengkap mengenai produk dapat

membuat konsumen merasa tidak yakin atau ragu-ragu untuk melakukan pembelian.

Konsumen mengharapkan kejelasan informasi produk misalnya foto, dan deskripsi lain produk sebelum mereka memutuskan untuk membelinya, toko Bakat Sehat Official dikatakan masih kurang dalam menyediakan informasi diantaranya seperti foto nyata produk. Ketika toko gagal menyediakan informasi yang memadai, konsumen mungkin merasa tidak percaya atau khawatir bahwa produk tersebut mungkin tidak sesuai dengan harapan atau kebutuhan mereka.

Terakhir, permasalahan berkaitan dengan kualitas produk juga menjadi fokus penelitian, berdasarkan data pada tabel 1.5 yang menunjukkan bahwa konsumen toko Bakat Sehat Official menganggap kualitas produk toko ini harus ditingkatkan, rendahnya kualitas produk dalam sebuah toko *online*, terutama terkait dengan konsumen toko Bakat Sehat Official yang menganggap adanya kekurangan pada keragaman pilihan produk jika dibandingkan dengan toko lain di platform Tokopedia, ketersediaan beberapa fungsi tertentu pada produk, dan kemudahan dalam penggunaannya, dapat secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Ketersediaan berbagai fungsi produk juga menjadi faktor penentu penting dalam keputusan pembelian. Konsumen sering mencari produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar mereka, tetapi juga menawarkan fitur dan fungsi tambahan yang memperkaya pengalaman pengguna. Kurangnya kemampuan toko Bakat Sehat Official dalam memenuhi kebutuhan akan kualitas produk inilah yang mungkin membuat konsumen mencari toko lain di marketplace Tokopedia.

Berdasarkan berbagai pemaparan masalah yang dialami oleh Toko Bakat Sehat Official yang dijelaskan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi akar permasalahan yang mendasari penurunan omset ini, dengan harapan dapat memberikan rekomendasi perbaikan yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, kualitas produk, dan kualitas informasi pada Bakat Sehat Official.

Penelitian terdahulu yang diteliti oleh Tyas et al. (2019:61) menyimpulkan bahwa kepercayaan memengaruhi keputusan pembelian secara tidak langsung melalui kemudahan, yang berarti peningkatan tingkat kepercayaan konsumen akan meningkatkan kemudahan penggunaan situs Tokopedia. Hal ini kemudian diikuti dengan peningkatan dalam jumlah pembelian yang dilakukan oleh konsumen di platform jual beli Tokopedia. Sementara itu, kualitas informasi juga memberikan pengaruh tidak langsung melalui kemudahan terhadap keputusan pembelian. Begitu juga penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sri Rahayu (2021:40) Kepercayaan dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pengguna e-commerce Tokopedia dan variabel kepercayaan merupakan variabel yang paling kecil mempengaruhi keputusan pembelian pengguna e-commerce Tokopedia.

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang dan pokok permasalahan di atas maka peneliti bermaksud untuk membuat judul **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko *Online* Bakat Sehat Official di Tokopedia”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah dari penjelasan tersebut yaitu:

1. Tingkat kepercayaan konsumen terhadap toko *online* Bakat Sehat Official di Tokopedia terbilang rendah.
2. Kualitas informasi yang disajikan oleh toko *online* Bakat Sehat Official rendah.
3. Kualitas produk yang ditawarkan oleh toko *online* Bakat Sehat Official rendah.
4. Keputusan pembelian konsumen untuk produk-produk yang dijual oleh toko Bakat Sehat Official terus menurun.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat dibuat peneliti yaitu :

1. Bagaimanakah tingkat kepercayaan, kualitas informasi, kualitas produk dan keputusan pembelian di toko Bakat Sehat Official.
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
5. Apakah kepercayaan, kualitas informasi, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dapat di buat yaitu:

1. Untuk mengetahui tingkat kepercayaan, kualitas informasi, kualitas produk dan keputusan pembelian di toko Bakat Sehat Official.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
5. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kepercayaan, kualitas informasi, dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Pengembangan Ilmu

1. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pemahaman lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di toko *online*, khususnya di Tokopedia. Hal ini dapat membantu memperkaya literatur di bidang pemasaran dan perilaku konsumen.
2. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori kepercayaan dan keputusan pembelian di konteks e-commerce. Temuan penelitian dapat menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut dan pengembangan teori terkait.

3. Hasil penelitian dapat memberikan wawasan praktis bagi pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran *online*, membantu mereka memahami faktor-faktor kunci yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan keputusan pembelian.
4. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan model perilaku konsumen di lingkungan e-commerce. Melalui analisis variabel-variabel seperti kepercayaan, kualitas informasi, dan kualitas produk, dapat dikembangkan model yang lebih holistik.

1.5.2 Manfaat Operasional

1. Penelitian ini dapat membantu toko *online* Bakat Sehat Official di Tokopedia untuk mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Tindakan operasional dapat diambil untuk meningkatkan keamanan transaksi dan keandalan pengiriman.
2. Dengan pemahaman lebih baik mengenai kualitas informasi yang diinginkan konsumen, toko *online* dapat mengoptimalkan deskripsi produk, gambar produk, dan ulasan konsumen untuk memberikan informasi yang lebih berkualitas.
3. Hasil penelitian dapat menjadi panduan untuk toko *online* dalam meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan dan memastikan layanan pelanggan yang memadai. Tindakan perbaikan dapat diambil untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

4. Dengan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, toko *online* dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Ini dapat mencakup promosi produk, strategi harga, dan kampanye keamanan transaksi.

1.6 Pembatasan Masalah

Dari penjelasan di atas dapat dibuat pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini membatasi diri pada pengguna toko *online* Bakat Sehat Official di Tokopedia di wilayah Indonesia
2. Penelitian difokuskan pada toko *online* Bakat Sehat Official yang beroperasi di platform Tokopedia.
3. Aspek keamanan transaksi *online* menjadi fokus utama dalam konteks kepercayaan konsumen.
4. Pembahasan mengenai kualitas informasi akan mencakup deskripsi produk, gambar produk, dan informasi terkait produk dijual. Selain itu, kualitas produk akan dianalisis dari perspektif kesesuaian produk yang tersedia di toko dengan keinginan konsumen.
5. Faktor kepercayaan, kualitas informasi, dan kualitas produk diidentifikasi sebagai variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen, yaitu keputusan pembelian.
6. Penelitian ini akan memfokuskan pada kondisi terkini dan tidak mempertimbangkan perubahan teknologi atau kebijakan di masa depan yang dapat mempengaruhi toko *online* Bakat Sehat Official di Tokopedia.