

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan teknologi dan *digital* yang sejalan sedikit banyaknya telah mengubah perilaku dan kebiasaan masyarakat modern, hampir di semua bidang kehidupan tak terkecuali di bidang *entertainment* atau hiburan, masyarakat dapat mengakses berbagai macam bentuk hiburan baik itu video, musik, film ataupun serial yang diinginkan kapanpun dan dimanapun menggunakan perangkat yang mereka miliki seperti *smartphone*, tablet, PC dan sebagainya, begitu juga di dunia jual beli seperti E-Commerce.

Menurut Mariza Arfina dan Robert Marpuang [1], *e-commerce* atau yang biasa dikenal dengan *e-com* dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas *internet* dimana terdapat *website* yang menyediakan layanan “*get and deliver*”. Menurut Klotler & Amstrong (2012) *e-commerce* merupakan saluran online yang dapat di jangkau seseorang melalui kompter. Hampir setiap produk dan layanan yang dapat dibayangkan tersedia melalui transaksi *e-commerce*, termasuk buku, musik, tiket pesawat, dan layanan keuangan seperti investasi saham dan perbankan online. *E-commerce* merupakan salah satu platform yang bergerak dalam bidang ekonomi digital, sebuah aktivitas ekonomi yang memanfaatkan bantuan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam pengembangan bisnisnya, *e-commerce* terus berfokus pada upaya menjangkau

publik di seluruh Indonesia dari berbagai latar belakang geografis, ekonomi, pendidikan dan budaya yang berbeda, Salah satunya adalah e-commerce Shopee.

Pibriana & Ricoida [2], *Theory of Reasoned Action* atau teori tindakan beralasan yang dapat disingkat menjadi TRA adalah teori yang menjelaskan tahapan-tahapan seorang dalam melakukan perilaku yang terbagi dalam beberapa tahap yaitu perilaku (*behaviour*) yang ditentukan oleh minat (*intention*) pada tahap pertama, kemudian niat dapat dijelaskan melalui sikap-sikap terhadap perilaku (*attitudes towards the behaviour*) dan norma subyektif (*subjective norm*) pada tahap kedua, lalu terakhir pada tahap ketiga dipertimbangkan pada sikap-sikap (*attitudes*) dan norma-norma subjektif (*subjective norm*) dalam bentuk kepercayaan tentang akibat melakukan perilaku tersebut dan tentang anggapan normative dari orang yang direferensi secara relevan. Secara garis besar *Theory Resoned Action* merupakan alasan seseorang untuk bertindak dengan menghubungkan antara keyakinan, sikap dan perilaku yang di pengaruhi oleh factor-factor tertentu dimana pada penelitian kali ini factor tersebut adalah *Content, Accuracy, Format, Ease Of Use*, dan *Timeliness* sebelum melakukan keputusan pembelian menggunakan aplikasi Shopee.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI E-COMMERCE SHOPEE MENGGUNAKAN THEORY REASONED ACTION (TRA)”

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian tugas metode penelitian ini adalah :

“ Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pemilihan E-commerce Shopee di kota jambi menggunakan Menggunakan Theory Reasoned Action (TRA)?”

1.3 BATASAN MASALAH

Untuk menghindari terjadinya pembahan di luar topik dan judul penelitian, maka penulis melakukan pembatasan pada Batasan masalah, adapun batasn masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan Metode *Theory of Reasoned Action*.
2. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner melalui *googleform* dengan menyebarkan kuesioner via Media Sosial.
3. Metode yang digunakan untuk analisis data statistik adalah metode deskriptif, Tools yang digunakan untuk mengolah data adalah aplikasi SPSS (*Statistical package for social science*).

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Adapun tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilakukan akan di jelaskan sebagai berikut :

1.4.1 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian yang menguraikan secara tegas dan jelas tujuan dilaksanakan penelitian sebagaimana seperti berikut ini:

Untuk mengetahui dan menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui e-commerce Shopee menggunakan metode *Theory of Reasoned Action*(TRA)

1.4.2 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang dapat diperoleh dari pembuatan penelitian ini yaitu :

1. Peneliti dapat mengetahui secara subjektif tingkat perilaku seseorang dengan menggunakan *Theory of Reasoned Action* (TRA).
2. Membantu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui aplikasi *e-commerce* berdasarkan factor content, accuracy, format, ease of use dan timeliness.
3. Sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Gambaran mengenai hal-hal yang akan dibahas dalam penelitian ini terdiri dari beberapa bab, yaitu :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan tentang teori-teori dasar yang mendukung penelitian, dikutip dari buku, jurnal, dan lain-lain.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan metode atau pendekatan yang akan digunakan dalam menguraikan permasalahan penelitian untuk mencapai tujuan penelitian meliputi kerangka kerja penelitian, metode pengumpulan data, besaran sampel dan alat bantu penelitian.

BAB IV : MODEL DAN INSTRUMEN PENELITIAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, pengembangan model dan hipotesis penelitian dan profil responden.

BAB V : HASIL ANALISIS DAN REKOMENDASI

Bab ini berisikan hasil analisis dari penelitian yang telah di lakukan.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang di lakukan dansaran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.