

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Membeli atau berbelanja melalui internet (*online shopping*) adalah proses dimana konsumen membeli produk atau jasa di internet (Ellitan, 2008: 12). Keuntungan yang diperoleh konsumen dari toko *online* biasanya yaitu tersedia 24 jam sehari dan banyak konsumen memiliki akses internet baik dalam sekolah, kampus, pekerjaan maupun di rumah. Dibandingkan melakukan kunjungan ke toko ritel konvensional membutuhkan perjalanan yang memakan waktu. Mencari atau menelusuri katalog *online* dapat lebih cepat dari pada harus menyusuri lorong toko konvensional. Salah satunya dapat menghindari toko konvensional yang penuh mengakibatkan antrian panjang. Beberapa keunggulan tersebut menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam berbelanja secara *online*. Untuk itu para toko *online* perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat membuat toko *online* dapat bertahan dan menarik minat para konsumen sehingga konsumen merasa puas berbelanja di online shop. Dalam penelitian ini difokuskan kepada *fashion online* berupa hijab.

Fashion busana muslim *modern* di kalangan mahasiswi berhijab telah menjadi *trend* tersendiri demikian halnya dengan *online shopping*. Kehadiran *trend fashion* busana muslim *modern* dan belanja daring banyak menarik konsumen wanita khususnya mahasiswi yang tampil modis dengan busana hijab *trendy*. Hal ini mendorong pula perubahan dalam cara belanja secara konvensional menuju belanja daring. Perubahan ini dikarenakan adanya preferensi belanja daring via internet atau dunia *e-commerce* mampu memberikan pilihan produk yang sangat beragam (Kotler, 2005).

Hadirnya para ikon *fashion* hijab melalui media sosial saat ini telah banyak merubah tatanan hijab menjadi sebuah *fashion* hijab yang *modern* dan *stylist*. Mengapa demikian sebab para ikon *fashion* hijab sebagai opinion leader ini

menyebarkan informasi seputar kreatifitasnya dalam menata gaya berbusana hijab melalui media sosial. Adanya fenomena perubahan *fashion* hijab ini, tidak sedikit wanita muslim terutama di Indonesia yang kemudian tertarik untuk mengenakan hijab dengan tatanan busana sesuai dengan ikon kegemarannya. Lantas melihat hal ini, *fashion* hijab saat ini telah menjadi sebuah fenomena besar di kalangan wanita muslim.

Almondberlys *online shop* merupakan salah satu akun di media sosial instagram yang menjual beraneka ragam hijab. Tak hanya hijab, busana muslim lain seperti baju, rok, celana juga dijual pada akun tersebut. Namun pada penelitian ini akan difokuskan terhadap satu produk, yaitu hijab. Hijab yang *recomended seller* pada Almondberlys *online shop* ini adalah pashmina *turkey velvet*, karena Almondberlys *online shop* mampu bersaing dengan *online shop* lain bahkan dengan toko konvensional sekalipun pada produk tersebut dengan harga yang ditawarkan. Dalam penelitian ini *online shop* Almondberlys ingin mengetahui seberapa puas konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak *online shop* kepada konsumen, melalui harga yang ditawarkan, produk yang ditawarkan, pengiriman barang, persepsi kepercayaan, dan juga kemudahan dalam transaksi di *online shop*. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan (*online shop*). Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan (*online shop*), memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan (*online shop*).

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis bermaksud ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen dalam pembelian hijab di *online shop* Almondberlys. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS VARIABEL YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM**

PEMBELIAN HIJAB DENGAN MENGGUNAKAN METODE REGRESI LINIER BERGANDA (Studi Kasus : Almondberlys Online Shop)”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan uraian permasalahannya yaitu :

1. Apakah ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas (harga, produk, pengiriman barang, kepercayaan, dan kemudahan) terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian hijab?
2. Berapa besarnya pengaruh yang diberikan oleh semua variabel bebas (harga, produk, pengiriman barang, kepercayaan, dan kemudahan) terhadap variabel terikat kepuasan konsumen?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian tidak terlalu luas dan lingkup penelitian terjaga, maka digunakan batasan sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan untuk menguji apakah ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Metode yang dilakukan dalam pengambilan data berupa kuisisioner yang ditujukan pada konsumen yang pernah bertransaksi di Almondberlys *online shop*.
3. Analisis keterkaitan variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan software *Statistical Package for Social Science (SPSS) 16*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam melaksanakan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel bebas (harga, produk, pengiriman barang, kepercayaan, dan kemudahan) terhadap kepuasan konsumen.
2. Mengetahui besarnya pengaruh yang diberikan oleh semua variabel bebas (harga, produk, pengiriman barang, kepercayaan, dan kemudahan) terhadap variabel terikat kepuasan konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Almondberlys *Online Shop*
 - a. Dapat memberikan faktor-faktor apa saja yang sekiranya mempengaruhi konsumen dalam pembelian secara *online*.
 - b. Dapat memberikan alternatif strategi pemasaran berdasarkan analisis regresi linear guna menghadapi persaingan *online shop* lain dan mengembangkan bisnis di kemudian hari.
2. Bagi Penulis
Menambah wawasan dan mampu menganalisa mengenai permasalahan dalam keputusan pembelian *online* dan sistem pemasaran *online shop* serta dapat menambah kemampuan di bidang penelitian ilmiah.
3. Bagi Masyarakat
Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai analisis strategi pemasaran pada bisnis *online shop* berdasarkan faktor yang ada, khususnya dengan menggunakan metode analisis regresi linear.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk lebih terstruktur penulisan tugas akhir ini maka selanjutnya sistematika penulisan ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kemudian manfaat

penelitian. Diharapkan dalam bab ini memberikan gambaran mengenai penelitian yang dilakukan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Berisi tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian. Disamping itu juga memuat uraian tentang hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Mengandung uraian tentang kerangka dan bagan alur penelitian, teknik yang dilakukan, objek penelitian, data yang diperlukan, metode pengumpulan data, dan metode uji kuisioner.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini berisi tentang data yang diperoleh selama penelitian dan bagaimana menganalisa data tersebut. Hasil pengolahan data ditampilkan baik dalam bentuk tabel maupun grafik. Yang dimaksud dengan pengolahan data juga termasuk analisis yang dilakukan terhadap hasil yang diperoleh. Pada bab ini merupakan acuan untuk pembahasan hasil yang akan ditulis pada sub bab V yaitu pembahasan hasil.

BAB V PEMBAHASAN

Melakukan pembahasan hasil yang diperoleh dalam penelitian, dan kesesuaian hasil dengan tujuan penelitian sehingga dapat menghasilkan sebuah rekomendasi.

BAB VI PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan terhadap analisis yang dibuat dan rekomendasi atau saran-saran atas hasil yang dicapai dan permasalahan yang ditemukan selama penelitian, sehingga perlu dilakukan rekomendasi untuk dikaji pada penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN