

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 latar belakang

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Sering didengar banyak orang berbicara mengenai penjualan, pembelian, transaksi, dan perdagangan; tetapi apakah istilah ini sama dengan apa yang dimaksudkan dengan pemasaran. Pandangan yang sempit dalam pengertian pemasaran menyebabkan banyak pengusaha atau dunia usaha masih berorientasi pada produksi atau berpikir dari segi produksi. Mereka menekankan produk apa yang dapat dihasilkan, bukan produk apa yang dapat dipasarkan (Assauri,1978).

Dalam era globalisasi dewasa ini peluang usaha bisnis *online* sangatlah ketat karena setiap orang mampu mengakses dari anak kecil hingga orang tua. Yang menjadi kendala pelaku usaha ini adalah banyaknya kesalahpahaman kepada pelanggan tentang apa yang dipesan atau barang tidak sesuai dengan yang dipesan. Perubahan teknologi komunikasi yang sangat cepat dan menggglobal, telah memberikan kesempatan para pemasar yang lebih luas dan efisien, sehingga persaingan dalam bisnis *online* menjadi sangat ketat dan pelanggan semakin leluasa dalam memilih barang yang ditawarkan para pelaku bisnis *online*. Oleh sebab itu pelaku bisnis *online* harus mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian barang melalui media *online*, sehingga tetap dapat bersaing dengan para pelaku bisnis *online* lainnya untuk mendapatkan pelanggan. Salah satu merek sebuah produk yang sering diminati pelanggan dalam media *online* adalah barang-barang pribadi yang sulit didapatkan di toko atau tempat penjualan jenis produk selain media *online*

Produk *online* secara umum adalah produk yang dijual secara *online* yang secara umum yg dijual adalah baju, sepatu, jaket dan lain lain yang diminati oleh banyak orang khususnya pelanggan yang sering melakukan pembelian di media *online*. Dari segi penjualan *online* pelanggan lebih memilih untuk membeli produk dengan kualitas tinggi dan dapat didapatkan dengan mudah lewat media *online* tersebut. Oleh sebab itu dalam penelitian ini akan meneliti seberapa tertariknya pelanggan pada produk *online*. Untuk dapat melakukan penjualan produk

kepada pelanggan, pelaku dalam bisnis *online* harus memiliki sebuah strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat meningkatkan volume penjualan pada produk *online*.

Penelitian sebelumnya membahas tentang analisis faktor adalah Rahardjo (2009) mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi motif belanja secara *online* di komunitas kaskus semarang bahwa variable pengetahuan teknologi berpengaruh signifikan dan berarah positif terhadap motif belanja secara *online*. David (2011) mengkaji tentang analisis faktor-faktor penggunaan aplikasi *e-commerce* bahwa model matematis dari analisis faktor dapat digunakan untuk mengukur persepsi seseorang tentang pengaplikasian *e-commerce* pada dunia nyata.

Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian produk *fashion* pada media *online*. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor, mengingat analisis faktor dapat menghilangkan variabel-variabel yang tidak memberikan informasi terhadap faktor yang akan dibentuk. Setelah mengetahui yang dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian produk sepatu merek *fashion*, selanjutnya akan digunakan untuk merancang strategi pemasaran terbaik pada produk *fashion* di media *online* sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan.

1.1 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, rumusan masalah yang diangkat oleh penulis adalah sebagai berikut

1. Faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian produk *online*?

1.2 TUJUAN PENELITIAN

- 1 Mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian produk *online*.
2. Mencari rekomendasi perbaikan lewat hasil dari uji analisis faktor supaya bisnis *online* menjadi lebih baik

1.3 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu

1. Mengetahui faktor-faktor yang paling dominan yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian secara *online*
2. Sebagai wawasan dan pengetahuan untuk menentukan strategi pemasaran khususnya dalam meningkatkan penjualan pada bisnis *online*
3. Sebagai bahan pertimbangan bagi para pelaku bisnis *online* dalam mengambil keputusan dalam melakukan pemasaran.

1.4 BATASAN MASALAH

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus serta tidak menyimpang dari tujuan awal maka perlu batasan masalah yaitu

1. Media penjualan *online* yang digunakan dalam penelitian ini adalah kaskus dan *facebook*.
2. Merek yang digunakan sebagai objek penelitian ini dalam kategori fashion
3. Responden yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang melakukan pembelian melalui media *online*.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan yang digunakan dalam laporan Skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian yang terdiri atas batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka menjelaskan bahwa teori teori yang berkaitan dengan topik penelitian yang akan dilaksanakan tentang metode analisis faktor. Pada teori ini akan dijadikan sebagai acuan untuk melakukan langkah – langkah dari penelitian agar tujuan dari penelitian ini dapat tercapai sesuai yang diharapkan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian berisi tentang tahapan yang akan dilaksanakan secara sistematis. Pada tahap ini nantinya bisa menjadi acuan atau pedoman dalam melaksanakan suatu penelitian yang nantinya dapat menyelesaikan permasalahan yang terdapat pada objek penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab hasil dan pembahasan mencakup proses pengumpulan data dan pengolahan data yang nantinya dapat digunakan untuk pemecahan masalah yang diambil serta menganalisa hasil pengolahan yang bertujuan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan yang berdasarkan atas tujuan yang diambil serta memberikan saran saran kepada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN