

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Belanja online melalui *e-commerce* di Indonesia menjadi tren yang populer dalam beberapa tahun terakhir, terutama di masa pandemi Covid-19. *E-commerce* saling bersaing menawarkan layanan dan promosi untuk menarik konsumen, seiring dengan maraknya belanja *online*. Persaingan yang semakin ketat di antara *platform e-commerce* mendorong perusahaan untuk mencari strategi pemasaran yang lebih efektif dan menguntungkan. Penggunaan pemasaran afiliasi yang semakin populer di kalangan *e-commerce* adalah salah satu strategi pemasaran yang efektif. Dengan memanfaatkan jaringan afiliasi yang luas, *brand* atau suatu produk dapat lebih mudah dikenal oleh calon konsumen. Pemasaran afiliasi adalah program yang memungkinkan para pelaku bisnis *online* untuk mempromosikan suatu produk melalui tautan afiliasi.

Seorang afiliasi memiliki kelebihan dalam hal pelaksanaannya yaitu menjual produk orang lain sehingga tidak ada biaya produksi, proses pendaftarannya sederhana, prosesnya mandiri sehingga tidak perlu karyawan, dan tidak harus memproses pesanan yang mereka diterima karena mereka hanya memasarkannya. Salah satu *e-commerce* yang menggunakan pemasaran afiliasi adalah Shopee. *Shopee Affiliate Program* adalah program Shopee untuk para pembuat konten yang aktif di jejaring media sosial. Program ini menawarkan keuntungan berupa pendapatan atau komisi dari setiap transaksi penjualan yang terjadi melalui link afiliasi mereka. Salah satu

jejaring media sosial yang digunakan oleh anggota Shopee *Affiliate* adalah Twitter. Menurut laporan dari DataIndonesia.id pada Januari 2023, terdapat sekitar 24 juta pengguna aktif Twitter di Indonesia yang menempatkannya sebagai negara dengan jumlah pengguna Twitter terbesar ke-5 di dunia. (<https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-masuk-negara-paling-banyak-main-twitter-pada-awal-2023>).

### Gambar 1.1 Akun Twitter @263juta



*Sumber : Twitter, 2023*

Salah satu akun Twitter yang bergabung dalam program afiliasi Shopee adalah akun Twitter @263juta yang memiliki 66.265 pengikut aktif dan memiliki 21 mengikuti. Dapat dilihat pada gambar 1.1 bahwa akun tersebut bergabung di Twitter sejak bulan Mei tahun 2022 dan berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan pemilik akun Twitter @263juta

diketahui telah bergabung sebagai afiliasi Shopee sejak tanggal 19 November tahun 2021 namun baru aktif sebagai afiliasi shopee sejak tanggal 13 Januari tahun 2022. Sebelumnya pemilik akun Twitter @263juta menggunakan akun Twitter yang lain untuk membagikan link afiliasi Shopee yaitu @browoniez yang bergabung sejak bulan Februari tahun 2021 dan kedua akun tersebut aktif tetapi akun Twitter @263juta yang menjadi akun utama dan akun Twitter @browoniez membantu membagikan ulang postingan dari akun @263juta. Postingan terbaru @263juta pada tanggal 1 April 2023 telah dilihat sebanyak 813.000 kali, memiliki like atau suka sebanyak 18.000 ribu, memiliki *retweet* atau membagikan ulang postingan tersebut sebanyak 2.894 dan memiliki 26 komentar dalam postingan tersebut.

**Tabel 1.1**  
**Pendapatan atau komisi akun @263juta tahun 2022 – 2023**

<b>Kuartal dan Tahun</b>	<b>Pendapatan atau komisi ( Rp)</b>	<b>Persentase Penurunan dan Kenaikan ( % )</b>
Q1 2022	9.156.000	Kenaikan Sebesar 26,78%
Q2 2022	11.608.000	
Q3 2022	23.633.000	Kenaikan Sebesar 103,59%
Q4 2022	63.320.000	Kenaikan Sebesar 167,93%
Q1 2023	21.762.000	Penurunan Sebesar 65,44%

*Sumber: Pemilik akun Twitter @263juta, 2023*

Selama terdaftar sebagai afiliasi Shopee pemilik akun @263juta telah mendapatkan komisi yang dapat dilihat pada tabel 1.1. pada Q1 tahun 2022 mendapatkan komisi sebanyak Rp9.156.000 dan pada Q2 tahun 2022 mengalami kenaikan komisi sebesar 26,78%. Pada Q3 tahun 2022 mengalami kenaikan yang besar yaitu sebesar 103,59% kemudian mengalami kenaikan

kembali pada Q4 2022 yaitu sebesar 167,93% yang merupakan kenaikan yang sangat besar. Namun, pada Q1 tahun 2023 mengalami penurunan yang cukup besar yaitu sebesar 65,44%. Pada Q1 tahun 2023 merupakan bulan Januari, Februari dan Maret tahun 2023 dimana pada bulan Januari merupakan awal tahun dan banyak promo dan harga diskon serta bulan Februari dan Maret juga banyak menyediakan promo didukung oleh hari raya Imlek dan bulan suci Ramadhan namun hal tersebut justru menurunkan pendapatan atau komisi @263juta bahkan pendapatan Q3 tahun 2022 masih lebih baik dan promo yang ditawarkan oleh Shopee saat itu tidak sebanyak promo yang ditawarkan pada Q1 tahun 2023.

Produk merupakan hal yang paling mendasar dalam keputusan pembelian karena konsumen membutuhkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhannya. Kualitas produk adalah aspek penting yang menentukan kepuasan konsumen setelah pembelian. Konsumen yang puas cenderung akan memberikan ulasan positif, merekomendasikan produk kepada orang lain, dan menjadi pelanggan setia. Sebaliknya, produk dengan kualitas yang buruk dapat menyebabkan kekecewaan. Harga juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian karena konsumen cenderung mencari produk dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang mereka harapkan. Harga juga memiliki peran kritis dalam keputusan pembelian. Konsumen cenderung membandingkan harga dengan nilai yang mereka rasakan dari produk tersebut. Penawaran harga yang kompetitif dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian, sementara harga yang terlalu tinggi dapat menjadi hambatan bagi keputusan pembelian. Promosi juga

menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran merek dan membuat produk lebih menarik bagi konsumen. Promosi, seperti diskon, hadiah, atau penawaran khusus lainnya, dapat mempengaruhi niat beli konsumen. Strategi promosi yang efektif dapat menarik perhatian konsumen, menciptakan keinginan untuk segera melakukan pembelian, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Produk yang kualitas dan harganya tidak sesuai dengan keinginan konsumen, konsumen akan mencari produk sejenis namun dengan harga dan kualitas yang berbeda dengan yang ditawarkan oleh akun Twitter @263juta. Pemilihan produk yang dipromosikan oleh akun Twitter @263juta harus sesuai dengan kualitas dan harga yang diinginkan oleh konsumen karena promosi melalui link afiliasi Shopee hanya boleh mencantumkan link satu produk. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian yang lebih berfokus pada pengaruh kualitas produk, harga dan promosi pada program afiliasi Shopee, khususnya melalui akun Twitter @263juta. Penelitian ini didukung dengan terjadinya penurunan pendapatan akun Twitter @263juta yang terjadi pada Q1 tahun 2023.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Link Afiliasi Shopee Pada Akun Twitter @263juta”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan oleh peneliti, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen melalui link afiliasi Shopee pada akun Twitter @263juta?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen melalui link afiliasi Shopee pada akun Twitter @263juta?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen melalui link afiliasi Shopee pada akun Twitter @263juta?
4. Apakah kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen melalui link afiliasi Shopee pada akun Twitter @263juta?

## **C. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, batasan masalah hanya mengenai kualitas produk, harga dan promosi yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui link afiliasi Shopee pada akun Twitter @263juta.

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen melalui link afiliasi Shopee pada akun Twitter @263juta.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen melalui link afiliasi Shopee pada akun Twitter @263juta.

3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen melalui link afiliasi Shopee pada akun Twitter @263juta.
4. Untuk mengetahui kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen melalui link afiliasi Shopee pada akun Twitter @263juta.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### 1. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi pembaca terkait kualitas produk, harga dan promosi yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui link afiliasi Shopee pada akun Twitter @263juta.

##### 2. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan pengetahuan bagi peneliti lain tentang bagaimana pengaruh kualitas produk, harga dan promosi yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui link afiliasi Shopee pada akun Twitter @263juta.

##### 3. Bagi Pemilik Akun Twitter @263juta dan *Affiliator* Shopee

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman untuk pemilik akun Twitter @263juta dan *Affiliator* Shopee agar dapat memilih strategi yang tepat untuk mempromosikan produk Shopee melalui link afiliasi Shopee.